چاپ نوزدهم

Start Now!

کلید

Internet Search

جستجو در اینترنت

(ویرایش سوم)



آشنایی با بانک‌های اطلاعاتی علمی تخصصی دانشگاهی و جستجو در مجله‌های ISI

روش‌های متنوع و کاربردی برای پیدا کردن مطالب مورد نظر در اینترنت

جستجو در منابع علمی رایگان و سایت‌های اشتراک داده‌ها

جستجو برای عکس، فیلم، فلش و انواع فایل‌های گوناگون

جستجو در نقشه شهرها و پیدا کردن نشانی مکان‌ها

محمدتقی مروج

www.kelid.ir

«مجموعه کتابهای کاربردی کلید»

کلید

جستجو

در اینترنت

(ویرایش سوم)

محمدتقی مروج

سرشناسه	: مروج، محمدتقی، ۱۳۵۹.
عنوان و پدیدآور	:کلید جستجو در اینترنت/ مؤلف: محمدتقی مروج.
وضعیت ویراست	: ویراست ۳.
مشخصات نشر	: تهران، کلید آموزش، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۶ ص، مصور.
فروست	: مجموعه کتاب‌های کاربردی کلید / طراح و مجری مجموعه: منصور سجاد؛ ۱۶.
شابک	:۲-۹۹-۵۶۵۶-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا.
یادداشت	: چاپ نوزدهم.
موضوع	: اینترنت -- نشانیها.
موضوع	: جستجوی اینترنتی.
موضوع	: وب -- ابزارهای جستجو.
موضوع	: اینترنت -- نشانیها.
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰ ۸ک۴۴م/ZA۴۲۰۱
رده‌بندی دیویی	: ۰۲۵/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۶۶۶۱۴۲

کلید جستجو در اینترنت

از مجموعه

کلید-۱۶

info@sajadco.com

طراح و مجری مجموعه: **منصور سجاد**

مؤلف: **محمدتقی مروج**

مدیر تولید و طراح جلد: **مهدی سجاد**

ناشر: **انتشارات کلید آموزش**

شمارگان: **۳۰۰۰ جلد**

نوبت چاپ: **چاپ نوزدهم (ویرایش سوم) ـ فروردین ۱۳۹۱**

شابک: **۲-۹۹-۵۶۵۶-۶۰۰-۹۷۸**

قیمت: **۳۰۰۰ تومان**

مرکز پخش: **۰۲۱-۶۶۴۰۶۰۶۱-۶۶۹۵۳۰۷۳**

۰۳۱۱-۲۲۲۳۷۲۵

۰۲۵۱-۷۷۳۵۴۱۱

برنامه‌ریزی، هدایت و نظارت بر مجموعه کتابهای کاربردی

«کلید»

منصور سجاد

چاپ اول	:	بهمن ۱۳۸۳
چاپ هفتم (ویرایش دوم)	:	مرداد ۱۳۸۶
چاپ نوزدهم (ویرایش سوم)	:	فروردین ۱۳۹۱

برای طرح سوالات خود و گفتگو با مؤلفین کتاب می‌توانید به انجمن کلید به آدرس

www.Kelid.ir/Forum

مراجعه کنید.

آموزش کامپیوتر با مجموعه کتابهای کلید

بر اساس نظرسنجی که در سال ۸۱ انجام شد، کتابهای کامپیوتر موجود در ایران با توجه به اینکه اکثراً از متون خارجی ترجمه شده‌اند، با زیرساختار فرهنگی و همچنین امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود در ایران هماهنگ نیست. همچنین در مبحث آموزش کمتر کتابی برای مخاطبین مبتدی منتشر شده است، مجموعه کتابهای کلید با هدف رفع این مشکلات تولید شده است. در این مجموعه با نگرش به سیستم نوین آموزش در دنیا، مباحث مختلف به صورت کاملاً کاربردی و قدم به قدم آموزش داده می‌شود و خواننده کتاب مستقیماً با پروژه‌های عملی درگیر می‌شود. به این ترتیب بدون اینکه از حجم اطلاعات ارائه شده وحشت کند با نرم‌افزار یا محیط مورد نظر آشنا شده و به صورت قدم به قدم آن را فرا می‌گیرد به صورتی که اگر اطلاعات قبلی او از کامپیوتر در حد یک اپراتور ساده باشد با انجام مرحله به مرحله کتاب می‌تواند به نرم‌افزار یا محیط مورد بحث مسلط شده و به اجرای پروژه‌های عملی بپردازد. مؤلفین این کتابها هر کدام در موضوع مورد نظر حرفه‌ای می‌باشند و در انتخاب آنها توانایی عملی آنان مد نظر قرار گرفته است.



فهرست مطالب

پیش‌گفتار

کتابـی که در پیش روی دارید یک دوره آموزشـی کوتاه و سـریع اما کاربردی و دقیق و با شیوه‌ای نو درباره جستجو در اینترنت است.

جسـتجو یا search ساده‌ترین و در عین حال مهم‌ترین کاری است که هر کاربر در اینترنت با آن رو به رو می‌شود و به آن نیاز دارد.

مطالب این کتـاب کاملا خلاصه شـده و از آوردن توضیحات اضافی و غیرکاربردی پرهیز شـده است. مبنای نگارش این کتاب نیازهای واقعی کاربران ایرانی به ویژه دانشـجویان و پژوهشـگران است و از ویژگی‌های منحصر به فرد آن نیز این اسـت که افزون بر مطالب و نکته‌های آموزشـی عمومی و مثال‌های مناسب برای درک بهتر و واقعی‌تر مطلب برخی نکته‌های تجربی و کاربردی نیز ارائه شده است. مواردی که می‌تواند کمک زیادی به ایجاد ایده‌های نو و خلاقانه در ذهن کاربرد نماید.

آن چه در این کتاب می خوانید

با وجود این که این کتاب بسیار مختصر و کوچک است اما باید گفت که هیچ نکته‌ی مهمی برای جستجو در اینترنت نیست که در این کتاب به آن اشاره‌ای نشده باشد. با این حال درس‌های کتاب بسیار ساده و روان تنظیم شده اند و خواننده‌ی مبتدی می‌تواند پس از مطالعه کتاب راه‌های فراوانی را برای پیدا کردن مطلب مورد نظرش در اینترنت فرا روی خود ببینند. همچنین مطالب تکمیلی مرتبط با موضوع نیز برای بالا بردن مهارت خواننده در کار با اینترنت و تبدیل فعالیت اینترنتی خود به یک کار فرح‌بخش و سودمند در این کتاب آورده شده تا مجموعه ای از مطالب کاربردی و متنوع در زمانی کم به خواننده منتقل بشود.

روش‌های معرفی شده در این کتاب مربوط به موتور جستجوی خاصی نیست و در هر زمینه بهترین‌های موجود معرفی شده‌اند. اما از آن‌جا که در بیشتر زمینه‌های خدمات سایت گوگل بسیار بهتر و متنوع‌تر از دیگر موتورهای جستجو است، لذا بخش زیادی از این کتاب هم به این جستجوگر اختصاص پیدا کرده است.

همچنین در یک فصل به طور اختصاصی به بحث جستجوی علمی و معرفی بانک‌های اطلاعاتی پرداخته شده است که مطالعه آن می‌تواند راه‌های مناسب و کارآمدی برای انجام یک تحقیق علمی و دانشگاهی به خواننده معرفی کند.

در انتهای کتاب نیز فهرستی از چند سایت جالب آورده شده است که به این گونه فهرست ها صفحات زرد گفته می شود.

درباره گوگل بیشتر بدانیم

در حال حاضر این موتور یکی از بهترین موتورهای جستجوی اینترنتی بوده و از همه آن‌ها یک سر و گردن بالاتر است.

در بایگانی آن بیش از چند میلیارد سایت وجود دارد و سیستم جستجوی آن که بر اساس میزان محبوبیت صفحات است مفید و منحصر به فرد است. این سایت روزانه چندصد میلیون بازدید کننده دارد. و شاید برایتان جالب باشد که بدانید گوگل نام یک عدد است. عددی شامل یک و صد صفر در سمت راست آن.

امیدوارم این کتاب بتواند به شکل مناسبی در یافتن مطالب مورد نظر در اینترنت به شما یاری برساند.

فصل اول
جستجو در اینترنت

همانطور که می‌دانید برای دیدن یک صفحه‌ی اینترنتی باید آدرس آن را در کاوشگر (مرورگر وب یا Web browser، نظیر Internet Explorer) خود وارد نموده و منتظر باز شدن آن باشید. مثلاً برای خواندن مطالبی در مورد فوتبال ایران می‌توانید به پایگاه خبری فوتبال با آدرس www.footballiran.com مراجعه کنید. آدرس را ممکن است از دوستانتان شنیده‌اید و یا جایی دیده باشید. اما اگر آدرسی را در اختیار نداشته باشید و بخواهید در اینترنت به جستجوی مطالب مورد علاقه درمیان میلیاردها سایت موجود بپردازید چه می‌کنید؟

برای این کار باید از موتورهای جستجوی اینترنتی استفاده نمایید. کار این ابزار این است که مطابق نیاز شما، سایت‌هایی را در اینترنت جستجو کرده و آدرس آنها را در اختیار شما می‌گذارد. مثلاً به یک موتور می‌گویید که در مورد فوتبال اطلاعاتی می‌خواهید و این موتور تعدادی سایت را به شما معرفی خواهد کرد.

در اینترنت موتورهای جستجوی فراوانی وجود دارد و هر کدام بنا بر قدرت خود، تعداد سایت‌های بیشتری به شما معرفی می‌کنند. مثلاً همین کلمه فوتبال را اگر در یک موتور وارد کنید، ممکن است صدها هزار سایت به شما معرفی شود و در جایی میلیون‌ها سایت. اصول کلی حاکم بر موتورهای جستجو یکسان است. ما در اینجا برای آموزش بهتر، بزرگترین و معروف‌ترین موتور جستجوی اینترنت را انتخاب کرده‌ایم. شاید در ذهنتان این پرسش ایجاد شده باشد که یک موتور چیست و به چه شکل است و

چگونه کار می‌کند؟ در پاسخ می‌گوییم که موتور جستجو فقط نامش موتور است وگرنه خود نیز یک صفحه اینترنتی اســت. مثلاً موتور جستجویی که می‌خواهیم بیشــتر با آن کار کنیم Google اســت. یعنی باید به ســایت www.google.com مراجعه کنیم. که این کار را هم به خوبی بلد هســتیم. (بــاز کردن مرورگر پس از اتصال به اینترنت و تایپ آدرس در نوار آدرس آن و فشردن کلید Enter).

قدم اول

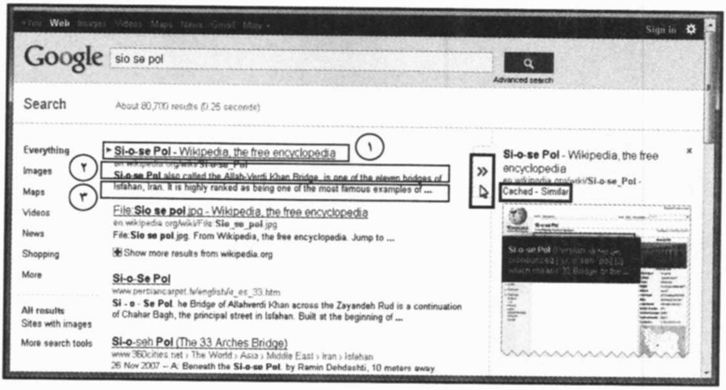
آدرس www.google.com را در نوار آدرس مرورگرتان وارد کنید و کلید Enter را فشار دهید و برای باز شدن صفحه تصویر ۱ منتظر بمانید.

مکان خالی را برای تایپ می‌بینید. در بالای صفحه نیز یک نوار مشکی دیده می‌شود. البته ممکن است در تغییراتی که به‌صورت مرتب در سایت گوگل انجام می‌شــود این نوار حذف شود و در آینده گزینه‌های موجود در آن را به شکل دیگری ببینید.



تصویر ۱

متنی را که می‌خواهید در مورد آن به جستجوی اطلاعات بپردازید باید در محل خالی وارد کنید. به این کلمه، کلمه کلیدی (keyword) گفته می‌شود. برای به دست آوردن نتیجه مطلوب باید کلمه کلیدی مناسبی انتخاب شود. بعد از آن کافی است آن را در کادر تایپ کرده و Enter را فشار دهید (یا روی دکمه Google Search در زیر نوار کلیک کنید) تا فهرستی از سایت‌هایی که ممکن است با نیاز شما سازگار باشد را مشاهده کنید. ممکن است ده‌ها و یا صدها سایت به شما معرفی شود (فهرست بیش از یک صفحه شود). وقتی که کلمه کلیدی یا در واقع عبارتی را که می‌خواهید در مورد آن اطلاعات به دست آورید درون کادر تایپ کرده و دستور جستجو را می‌دهید، گوگل در آرشیو چند میلیارد سایتی خود جستجو کرده و صفحاتی که عبارت مورد نظر شما در آنها وجود دارد را برای شما لیست می‌کند. (تصویر ۲)



تصویر ۲

در اینجا کلمه کلیدی سی و سه پل بوده است. بلی. سه و سه پل! تعجب نکنید. دامنه سایت‌ها و اطلاعات اینترنت آنقدر وسیع است که هر چه بخواهید درون آن یافت می‌شود. هر کلمه را با هر املایی که حدس می‌زنید تایپ کنید تا اطلاعات موجود را مشاهده کنید.

در صفحه نشان داده شده، در نوار بالایی اطلاعاتی در مورد کار جستجو ارایه می‌شود. با تأمل در این نوار این اطلاعات به دست می‌آید:

در حدود ۸۰۷۰۰ صفحه در این زمینه یافت شده و این جستجو ۰/۲ ثانیه به طول انجامیده است.

در زیر این نوار فهرست سایت‌ها قرار گرفته است. ابتدا عنوان سایت یا صفحه مورد نظر که با حروف درشت نوشته شده است (۱)، در زیر آن آدرس دقیق صفحه مورد اشاره که این کلمه (کلمه کلیدی) در آن پیدا شده است. (۲)، و پس از آن توضیحاتی درباره‌ی آن صفحه (۳).

اگر ماوس را به سمت راست ببرید، همانند تصویر ۲ دکمه‌ای با علامت << فعال می‌شود که با کلیک روی آن قاب کوچکی باز می‌شود. در این قاب یک نما از صفحه‌ای که یافت شده نمایش داده می‌شود. در قسمت بالای این نما دو پیوند با نام‌های Similar Pages و Cashed دیده می‌شود.

اگر روی Similar Pages کلیک شود صفحاتی مشابه با سایتی که اکنون معرفی شده، جستجو شده و نشان داده می‌شود. البته این کار به صورت کامل‌تر و اصولی‌تر از طریق جستجوی پیشرفته امکان‌پذیر خواهد بود که به زودی آن را فرا خواهید گرفت.

اما Cashed چیست؟

همان طور که گفته شد، موتور جستجوی گوگل بیش از یک میلیارد سایت را در آرشیو خود دارد.

اما این آرشیو به چه شکل است؟ بدین شکل که گوگل یک عکس (یا بهتر است بگوییم نمایه) از این صفحات در آرشیو خود ضبط می‌کند.

وقتی شـــما کلمه‌ای را برای جستجو به گوگل می‌دهید، این کلمه در این نمایه‌ها جستجو می‌شود. گوگل هر از چند مدتی با مراجعه به سایت‌ها، نمایه‌هـــا یا عکس‌هایی کـــه از آنها دارد را به روز می‌کند. اگر روی پیوند Cashed کلیـــک کنید تصویر یا نمایه موجود از این ســـایت در آرشـــیو گوگل به شـــما نمایش داده می‌شود. از ویژگی‌های جالب این گزینه این اســـت که اگر سایت موردنظر به دلیل اشکالاتی در دسترس نباشد، بدین وسیله می‌توان نگاهی به درون آن انداخت.

برای استفاده از صفحات معرفی شده چه کاری باید انجام داد؟

این عمل بسیار ســـاده انجام می‌پذیرد. عنوان سایت‌ها به صورت پیوند هستند. یعنی می‌توانید روی آنها کلیک کنید تا صفحه مورد نظر باز شود.

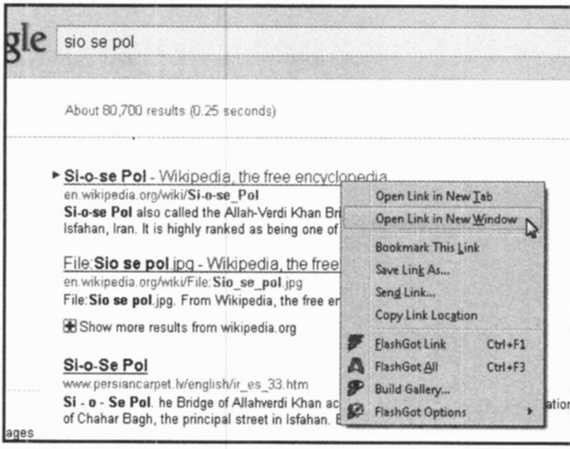
پس از کلیک روی پیوند (لینک) آدرس آن صفحه فعال شده و صفحه باز می‌شـــود. یعنی صفحه google عوض می‌شـــود و آن صفحه جدید در مقابل شما قرار می‌گیرد.

سایت را بررسی می‌کنید، از اطلاعات آن استفاده می‌کنید...

اما حالا می‌خواهید یکی از دیگر از ســـایت‌های معرفی شده را انتخاب کنید. برای بازگشت دوباره به صفحه نتایج گوگل، می‌توانید از کلید Back استفاده کنید.

اما برای دوری از این دوباره کاری راه دیگری را پیشنهاد می‌کنم.

روی هـــر کـــدام از عناوینـــی کـــه می‌خواهیـــد باز شـــوند، بـــه جای کلیـــد چـــپ، کلیـــد راســـت را فشـــار دهیـــد و از منـــوی بـــاز شـــده Open in New window را انتخـــاب کنیـــد تا صفحه مورد نظر در صفحه جدید باز شود و صفحه نتایج گوگل ثابت بماند. (تصویر ۳)



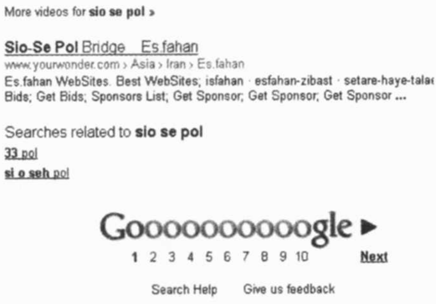
تصویر ۳

بدین ترتیب برای هر بار مرور صفحه نتایج لازم نیست به کلید Back متوسل شوید چرا که این صفحه ثابت مانده است. همچنین می‌توانید همزمان چند صفحه را با هم باز نمایید. (یعنی هر کدام در یک پنجرهٔ جداگانه).

البته اگر مرورگرتان نسخه ۷ به بالا از IE و یا دیگر مرورگرها مانند موزیلا باشد، می‌توانید پیوند را به جای پنجره‌ی جدید در سربرگی جدید از همان پنجره باز کنید (در صورتیکه با سربرگ‌ها آشنا نیستید می‌توانید به کتاب کلید اینترنت مراجعه کنید) برای باز کردن پیوند در سربرگ (زبانه) جدید نیز کافیست پس از فشردن کلیک راست گزینه Open in New Tab را انتخاب کنید.

اما دوباره باز گردیم به صفحه نمایش نتایج. اشاره شد که در حدود ۸۰۰۰۰ صفحه معرفی شده است (اصطلاحاً به هر نتیجه (result) یک رکورد اطلاعاتی گفته می‌شود، یعنی در اینجا ۸۰۰۰۰ رکورد اطلاعاتی داریم). گوگل این ۸۰۰۰۰ رکورد را در یک صفحه لیست نمی‌کند. بلکه در هر صفحه حدود ۱۰ عدد (گاهی بیشتر) از عناوین را نشان

می‌دهـــد. برای دیدن مابقی نتایج باید بـــه صفحات بعدی مراجعه کنید. انتهای صفحهٔ نتایج مشـــابه (تصویر ٤) اســـت.



تصویر ٤

برای رفتن به صفحهٔ بعد می‌توانید یکی از کارهای زیر را انجام دهید:

۱ـ از کلید Next استفاده کنید.

۲ـ روی شماره‌های نشان داده شده کلیک کنید.

۳ـ روی یکی از حروف O متناظر با شماره‌ها کلیک نمایید.

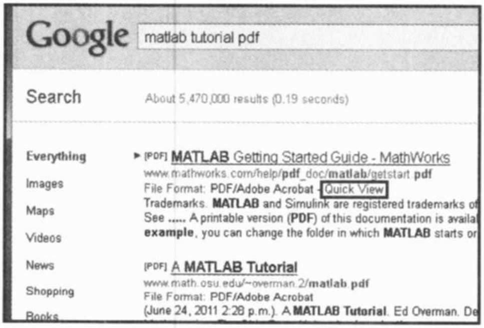
نکته ...

اشـــاره شـــد که در نتایج خروجی پس از عنوان ســـایت، توضیحاتی در مورد محتوای آن ارایه شـــده اســـت. اما باید دقت کنید که اینها توضیحاتی از طرف گوگل یا هر مرجع دیگری دربارهٔ آن سایت نیستند. بلکه تنها چند جمله مختلف از محتویـــات آن صفحـــه هســـتند که می‌توانید بـــا مطالعهٔ آنها یـــک دید کلی از محتوی و جهت‌گیری سایت پیدا کنید. مثلاً دربارهٔ موضوعی به دنبال اطلاعات علمی هســـتید ولی از جملاتی که از ســـایت معرفی شـــده اســـتخراج شده و به عنوان توضیح ارایه شـــده‌اند در می‌یابید که آن ســـایت بیشـــتر در زمینه‌های اقتصـــادی موضوع (نظیر فـــروش و...) کار می‌کند، پس حتی نیاز به باز کردن ســـایت و دریافتن این واقعیت نیســـت و از همان ابتدا آنرا از نوبت بررســـی و کنکاش کنار می‌گذارید.

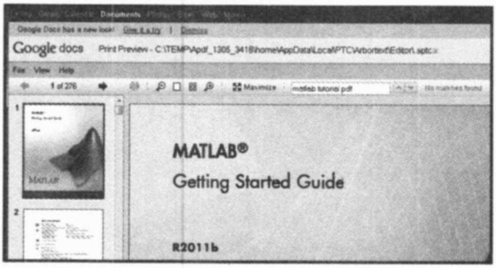
نکته ...

۱ـ همیشه قالب رکوردهای اطلاعاتی که نمایش داده می‌شود از نوع صفحات اینترنتی (نظیر html، asp و...) نیست و برای مشاهده و استفاده از آنها باید نرم‌افزارهای لازم را در اختیار داشت. مثلاً ممکن است آن رکورد به یک عکس اشاره داشته باشد، که البته در مرورگرتان عکس نمایش داده می‌شود، یا یک فایل در برنامه Power Point باشد، که باید این برنامه روی دستگاه شما باشد و یا یک مقاله یا فایل متنی باشد اما با قالب PDF، که نیاز به برنامه خاص خود یعنی Adobe Acrobat دارد.

۲ـ در مورد فایل‌های PDF، اگر نرم‌افزار Acrobat را نداشته باشید راهی دیگر نیز وجود دارد. در اینگونه موارد (یعنی زمانیکه نتیجه نشان داده شده فایل PDF باشد) در پایین عنوان صفحه گزینه‌ای وجود دارد با عنوان Quick View (تصویر ۵) یعنی نمای سریع. اگر روی آن کلیک کنید متن موردنظر در همان پنجره مرورگرتان به نمایش در می‌آید. (تصویر ۶)



تصویر ۵

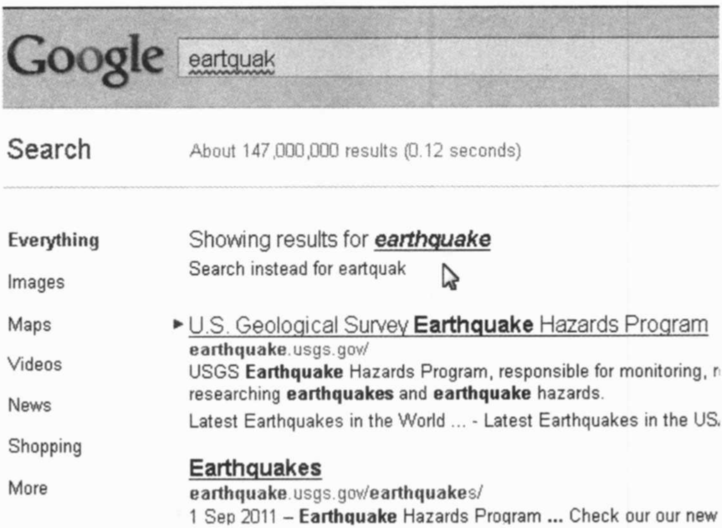


تصویر ٦

نکته ...

در این‌جا املای انگلیسی که برای سی و سه پل انتخاب کردم حدسی بوده است و این اولین قدم است. در ادامه می‌توان املاهای دیگر را نیز آزمود. برای مثال در مورد اصفهان هم باید Esfahan را جستجو کرد و هم Isfahan را، زیرا در هر دو مورد نتایج زیادی پیدا می‌شود.

اما در مورد کلمه‌های انگلیسی که املای مشخصی دارند وضع متفاوت است. برای مثال برای جستجوی مطالبی درباره زلزله کلمه eartquak را جستجو کرده‌ام در حالیکه درست آن earthquake است. در این حالت گوگل همانند تصویر ۷ جستجو را بر اساس کلمه درستی که خودش تشخیص داده انجام می‌دهد اما گزینه‌ای را هم قرار می‌دهد تا اگر خواستید همان کلمه‌ی خودتان جستجو شود.



تصویر ۷

نکته ...

یکی از امتیازات بسیار جالب و مهم google این است که صفحاتی را که به عنوان خروجی نتایج جستجو اعلام می‌کند براساس میزان محبوبیت مرتب می‌کند. یعنی در ابتدای لیست محبوب‌ترین صفحه قرار دارد و در ادامه این درجه به تدریج کم می‌شود. این درجه‌بندی محبوبیت Page Rank براساس فاکتورهای مختلفی که به عنوان رأی vote به سایت در نظر گرفته می‌شوند انجام می‌شود. پس می‌توانیم اینگونه نتیجه بگیریم که اگر در یکی دو صفحهٔ اول نتایج خروجی، صفحهٔ جالب توجه و مناسبی یافت نشد، بهتر است به صفحات بعدی مراجعه نکنیم و نسبت به اصلاح کلمه کلیدی یا روش جستجو اقدام نماییم. البته ایت یک قانون کلی نیست. زیرا ممکن است برخی سایت‌های تبلیغاتی با انجام تقلب‌هایی خودشان را به صفحات اول رسانده باشند. مسئله‌ای که در سایت‌های تجاری ایرانی زیاد دیده می‌شود.

جستجو در منابع گوناگون

منابعی که در اینترنت می‌توان جستجو کرد بسیار فراتر از صفحات ساده‌ی وب هستند. تصاویر، فیلم‌ها، وبلاگ‌ها و انجمن‌های گفتگو هر کدام می‌تواند یک منبع بزرگ از اطلاعات سودمند باشد. در فصل‌های بعد درباره جستجو در این بخش‌ها بیشتر صحبت می‌کنیم. اما گوگل خود نیز دسته‌بندی مفیدی روی منابع انجام می‌دهد. اگر به تصویرهای صفحه‌ی جستجو نگاه کنید (برای مثال تصویر ۲)، می‌بینید که در سمت چپ صفحه گزینه‌هایی وجود دارد که اولین آن Everything است. اگر روی گزینه‌ی پایین یعنی Images کلیک کنید جستجو فقط در بین تصاویر انجام می‌شود. (تصویر ۸) و فهرستی از تصاویر مربوط به کلمه کلیدی داده شده (در اینجا عبارت تور نجومی وارد شده است) نمایش داده می‌شود.



تصویر ۸

با کلیــک روی دکمــه more گزینه‌های بیشــتری در اختیارتان قرار می‌گیرد (تصویر ۹).

برای مثال با کلیک روی Blogs جســتجو فقط در بین مطالب وبلاگ‌ها انجام می‌شــود و یا اگر Discussions را انتخاب کنید مطالبی از انجمن‌های بحث و گفتگوی اینترنتی که مربوط به تورهای نجومی هســتند نمایش داده می‌شود. درباره‌ی انجمن‌ها بعد از این بیشتر صحبت خواهیم کرد.



تصویر ۹

همانگونه که می‌بینید کار جستجو بسیار ساده انجام می‌شود و فرآیند پیچیده‌ای نیست. اما برای اینکه واقعاً به نتیجه برسید و اطلاعاتی که می‌خواهید را پیدا کنید نکته‌ها و ابزارهای دیگری هم هست که باید آن‌ها را فرا بگیرید.

کلمه کلیدی چیست؟

keyword یا کلمه کلیدی در واقع توضیحی است کوتاه درباره آنچه می‌خواهید در اینترنت پیدا کنید.

البته منظور از توضیح این نیست که شما چیزی را شرح می‌دهید و موتور جستجو آنرا درک کرده و متناسب آن اطلاعاتی نشان می‌دهد. بلکه موتور در اینترنت و در میان انبوه صفحات به دنبال کلمه شما گشته و صفحه‌ای که کلمه مورد نظر در آن یافت شده را نشان می‌دهد. در واقع URL (آدرس اینترنتی) آنرا به نمایش می‌گذارد.

به غیر از اینکه به صورت عادی کلمه کلیدی را وارد کرده و به جستجوی آن در سایت‌های اینترنتی می‌پردازید، می‌توانید با استفاده از عملگرهایی عمل جستجو را دقیق‌تر و منظم‌تر کنید. برای گرفتن نتیجه مطلوب باید کلمه شما تا حد امکان جزیی و گویا باشد و به موارد خاص مورد نظر اشاره کند.

مثلاً برای تحقیق در مورد یک هتل لازم نیست که ابتدا به دنبال مطالب جهانگردی و یا خدمات عمومی به‌صورت کلی بگردید. بلکه باید نام هتل را مستقیماً در جای خالی وارد کنید تا جستجوی مطلوب انجام شود.

نکته ...

کلمه کلیدی باید تا آنجا که ممکن است کوتاه، جزیی و دقیق باشد.

از بــه کار بردن کلمات کلی و یا حروف تک و اعداد بپرهیزید. به ویژه اینکــه در Google ارقام تک، حــروف کلی نظیر the ، Where و مانند آن حروف منفرد در بیشتر موارد نظر گرفته نمی‌شود.

اما اگر اینگونه حروف به گونه‌ای باشــند که برای شــما اهمیت داشته باشند، می‌توانید از یک علامت + در پشت آن استفاده کنید.

اگر بیش از یک کلمه وارد کنید، صفحاتی به شــما معرفی می‌شوند که حــاوی تمام کلمات باشــند، چه به صورت مجــزا و چه به صورت به هم چسبیده. مثلاً با وارد کردن iran football به جستجوی سایت‌ها یا صفحاتی پرداخته می‌شود که حاوی هر دو کلمه football و iran باشند.

حال ممکن اســت به صورت iran football باشد و یا iran در قسمتی و football در قسمتی دیگر از صفحه باشد. اگر منظورتان این باشد که کل کلمات به صورت یک عبارت جستجو شود باید آن را درون علامت " " قرار دهید. یعنی وارد کنید: "iran football"

آنگاه ســایت‌هایی معرفی می‌شــوند که کلمه iran football در آنها به صورت "با هم" وجود دارد. توضیح بیشتر؟

دو متن نمونه زیر را در نظر بگیرید:

A) <u>iran</u> is one of the great countries , located in the middle east, <u>football</u> is the most favorite...

B) <u>iran football</u> players. last night...

اگر کلمات بدون گیومه وارد شده باشند سایت‌هایی که شامل متن‌های نظیر A و B باشند نشان داده می‌شود. چرا که هر دو کلمه را دارا می‌باشند. اما اگر از گیومه استفاده کرده باشید فقط سایتی نظیر B نمایش داده می‌شود. چرا که شامل iran football به صورت یک عبارت متصل است.

این مسأله می‌تواند تأثیر زیادی در به نتیجه رسیدن جستجو داشته باشد. چرا که هر چند در وهله اول معرفی تعداد بسیار زیادی صفحه توسط جستجوگر به نظر مثبت و جامع می‌رسد، اما باید توجه داشت که هیچ‌کس فرصت نخواهد داشت تا بیشتر از چند ده صفحه را بررسی کند. پس عملاً هر چه تعداد نتایج را کاهش دهیم، به هدف نزدیک‌تر شده‌ایم و این مهم در ارتباط مستقیم با کلمه کلیدی و نوع وارد کردن آن قرار دارد.

نکته ...
تا آنجا که می‌شود باید سعی کرد با حذف صفحات اضافی دامنه انتخاب محدودتر و باریکتر شود تا رسیدن به نتیجه مطلوب سریع‌تر انجام شود. در اصل تکنیک‌هایی که معرفی می‌شوند برای همین منظور هستند.

اما برای کلماتی که به صورت عبارت‌های اصطلاحی هستند نظیر Mother-in-law (به معنی مادرزن یا نامادری) لازم نیست که حتماً از گیومه استفاده کنید. بلکه کافی است که از خط فاصله بینشان که جزو دیکته استاندارد کلمه است استفاده نمایید تا عبارت سر هم جستجو شود.

عملگر دیگری که نیز می‌توانید برای جزیی‌تر کردن عمل جستجو به کار برید، عملگر minus (-) است. اگر آن را قبل از کلمه‌ای قرار دهید، صفحات حاوی آن کلمه نمایش داده نمی‌شوند.

برای مثال می‌خواهید در سایت‌های انگلیسی زبان مطالبی درباره شهرستان نطنز بیابید. اما از آنجا که مطالب زیادی درباره نیروگاه اتمی این شهر وجود دارد بخش زیادی از نتایج درباره‌ی آن هستند. پس بهتر است از گوگل بخواهیم نتایج را پالایش کند و صفحاتی که در آن‌ها کلمه nuclear

(به معنی هسته‌ای) وجود دارد را از نتایج حذف کند، یعنی عبارتی که برای جستجو وارد می‌شود باید اینگونه باشد:

Natanz – nuclear

نکته ...
هنگام استفاده از + یا – ، space قبل از آن فراموش نشود!

دوباره در اینجا این توضیح لازم به نظر می‌رسد که جستجوگر توضیح مفهومی را درک نمی‌کند. یعنی اینگونه نیست که برود و سایت‌هایی که "درباره" انرژی هسته‌ای هستند را حذف کند. بلکه ما خود با ابزار موجود مفهوم را انتقال می‌دهیم و این هنر کاربر، یعنی من و شما، است.

مثلاً ما در اینجا براساس این درک که سایتی که دربارهٔ انرژی هسته‌ای باشد حتماً در آن کلمهٔ nuclear وجود دارد، از دستور (-) استفاده کرده و به موتور جستجو می‌گوییم پس از پیدا کردن صفحاتی که در آن natanz وجود دارد، آنهایی که درونشان کلمه nuclear وجود دارد را حذف کن و نشان نده. بدینوسیله حتی خود می‌توانید یک فیلتر ایجاد کنید. مثلاً به دنبال عبارتی می‌گردید و آن عبارت ممکن است با یک تفاوت معنی زیاد در سایت‌های غیراخلاقی نیز کاربرد داشته باشد.

لذا بعد از آن علامت منفی را نوشته (البته با وارد کردن فاصله) و پس از آن کلمه‌ای که ممکن است در این سایت‌ها کاربرد داشته باشد. مانند sex و... همچنین می‌توانید از چندین عملگر مختلف یا یکسان، همزمان استفاده کنید. به عنوان نمونه به صورت پارامتری: word -A-B+C

نکته ...

۱ـ نکته‌ای که باید در نظر داشته باشید این است که در اکثر موتورهای جستجو برای جلوگیری از بی‌نظمی نتایج و بالا رفتن بی مورد حجم خروجی‌ها از علایم جایگزین (Wild Cards) استفاده نمی‌شود و حالت‌های مشابه با هم در نظر گرفته نمی‌شوند. مثلاً خروجی این عبارت‌ها با هم تفاوت دارد: iran, iranians, iranian لذا اگر فکر می‌کنید مشتقات دیگری از کلمه‌ای که استفاده کرده‌اید می‌توانند شما را به موضوع نزدیکتر کنند در امتحان کردن آنها تردید نکنید. البته در گوگل امکان استفاده از علایم جایگزین وجود دارد.

۲ـ همچنین توجه داشته باشید که استفاده از حروف بزرگ و کوچک در نتیجه کار تاثیری نخواهد داشت.

من واقعاً احساس خوشبختی می‌کنم یا بخت یا اقبال

Im feeling lucky: عبارتی که در زیر نوار جستجوی گوگل نوشته شده است. اگر پس از وارد کردن کلمه کلیدی روی آن کلیک کنید (به جای فشردن Enter یا کلیک روی گزینه (Google Search)، گوگل دیگر لیستی از سایت‌های فراوان را برای شما نمی‌آورد. بلکه اولین سایتی را که پیدا می‌کند مطلوب یافته و آن را مستقیم برای شما باز می‌کند و این از نظر گوگل یعنی خوشبختی و خوش‌شانسی!

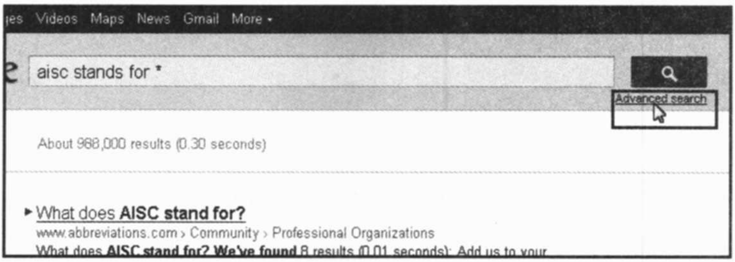
اما این همه آنچه می‌خواهید نیست. برای امکانات و عملگرهای بهتر باید از گزینه Advanced در این موتور استفاده کرد.(اکثر موتورهای جستجو این امکان را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند). در فصل بعدی به این موضوع می‌پردازیم.

فصل دوم
جستجو پیشرفته

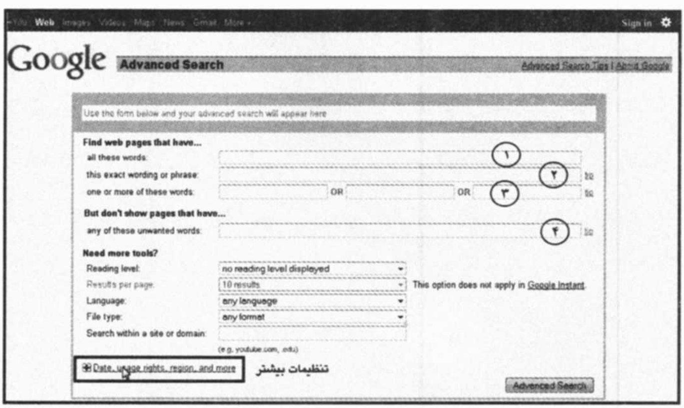
برای وارد شدن به صفحه‌ی جستجوی پیشرفته دو راه وجود دارد. یکی اینکه در صفحه نمایش نتایج جســتجو (تصویر ۱۰) روی پیوند نشان داده شده کلیک شود.اما راه دیگر این است که به‌صورت مستقیم در نوار آدرس مرورگر آدرس زیر را وارد کنید:

www.google.com/advanced_search

به هرکدام از روش‌ها که کار کنید صفحه نشــان داده شــده در تصویر ۱۱ را خواهید دید.



تصویر ۱۰



تصویر ۱۱

جســتجوی پیشــرفته یا همــان Advanced Search امکاناتی را برای محدودتــر کردن و دقیق‌تر کردن دامنه جســتجو در اختیارتان می‌گذارد. با اســتفاده از بخش‌های متنوع آن دیگر نیازی به اســتفاده از دستورات تایپی نظیر + و – و... نمی‌باشد

توضیح بخش‌های مختلف

همانطور که می‌بینید در قســمت بالایی چهار محــل خالی برای تایپ وجود دارد و در زیر و کنار آنها گزینه‌هایی برای تنظیمات بیشتر.

حالت اول: با عنوان "all"، تمام کلماتی را که وارد می‌شــوند جســتجو می‌کند. یعنی صفحاتی را می‌آورد که تمامی کلمات تایپ شده را داشته باشند. خواه در کنار هم و خواه جدای از هم و با فاصله. این حالت نظیر وارد کردن کلمات در جستجوی معمولی بدون استفاده از گیومه " " می‌باشد.

حالت دوم: exact phrase عبارتی را که در آن وارد می‌شــود، دقیقاً و عیناً جستجو می‌کند. با استفاده از این حالت، دیگر نیازی به استفاده از گیومه یا + نمی‌باشد.

حالت سوم: (one or more) که خود سه قسمت دارد و اگر حداقل یکی از کلمات تایپ شده در صفحه‌ای باشد،آن صفحه را نمایش می‌دهد. مثلاً اگر iran و news را تایپ کرده باشید، علاوه بر صفحاتی که هر دو کلمه را دارا می‌باشند، اگر صفحه‌ای مثلاً فقط حاوی iran باشد و news را نداشته باشد، آن را هم نمایش می‌دهد.

حالــت چهارم: unwanted words به معنــی " کلمه‌های نامطلوب " می‌باشد.

این گزینه به تنهایی استفاده نخواهد داشت و مشابه حالت استفاده از " - " می‌باشــد. کلمــات را در جاخالی‌های (فیلدهــا ـ fields) مورد نظر تایــپ کنیــد و کلمه‌ای که می‌خواهید شــاخص حذف صفحات باشــد را در قســمت unwanted تایــپ کنید. برای مثالی که در قســمت قبل آوردم باید natanz را در فیلد اول یا دوم (چون یک کلمه است تفاوتی ندارد، حتی در ســومی هم می‌تواند تایپ شــود) و کلمه nuclear را در بخــش چهــارم تایپ کرده و پــس از آن کلید Enter را فشــرده یا کلید Advenced Search را انتخاب کنید.

اما در ادامه بخش تنظیمات را بررسی می‌کنیم که استفادهٔ مناسب از آنها می‌توانــد حجم نتایج خروجی را تا چندین برابر و به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش دهد.

Reading Level: اگــر جســتجو را به زبان انگلیســی انجام می‌دهید، می‌توانید سطح زبان صفحاتی که جستجو می کنید را معلوم کنید. برای مثال اگر به دنبال صفحاتی هســتید که کلمه مورد نظر شــما را داشته اما متن آن ساده و روان باشد، از این فهرست basic results را انتخاب کنید.

Language: در اینجــا می‌توان مشــخص کرد کــه صفحاتی که باز می‌شــوند به چه زبانی باشــد. اگر روی any Language باشــد، تعداد صفحات زیادی از زبان‌های گوناگون باز می‌شــود که ممکن اســت همهٔ آنها قابل اســتفاده نباشند و با انتخاب یک زبان خاص می‌توان از نمایش صفحات اضافی جلوگیری کرد.

File Format: در اینجـــا می‌توان پســـوند فایلی که آورده می‌شـــود را مشـــخص کرد (دقت شود که خود صفحات اینترنتی نیز در واقع یک فایل هستند. یک فایل با پسوند html و دیگر پسوندها: php و...)

برای دیدن انواع فایلهایی که وجود دارد باید نوار باز شوی روبروی آن را که به صورت پیش فرض روی گزینهٔ any format اســـت باز کنید. مثلاً یکی از آنها PDF اســـت. پسوندی که اکثر مقالات در قالب آن در اینترنت قـــرار می‌گیرند. فایل‌های PDF (Portable Document Format) توســـط نرم‌افزار Adobe Acrobat ساخته و یا خوانده می‌شوند.

نکته ...
به دانشـــجویان یا کلیه کســـانی که به دنبال مقالات و متون علمی در اینترنت می‌گردند توصیه می‌شود ابتدا فایل‌های نوع PDF را جست‌وجو کنند. معمولاً متون علمی کارآمد با این قالب فایل در اینترنت قرار می‌گیرند. برای اطلاعات بیشتر و دقیق‌تر درباره‌ی این فایل‌ها به کتاب کلید PDF مراجعه کنید.

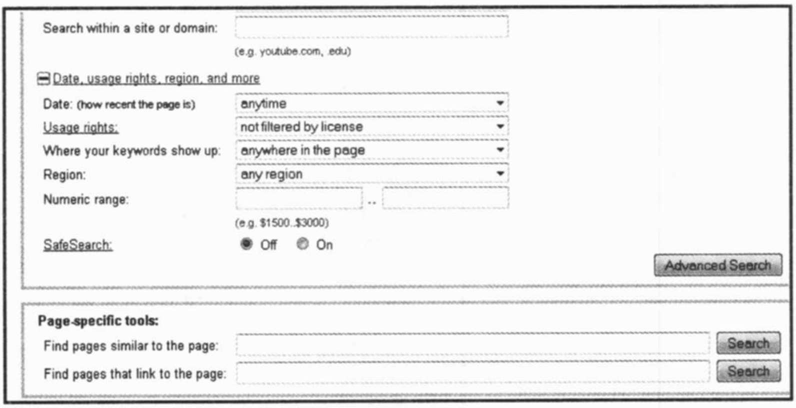
Domain: کـــه به نام حوزه‌های اینترنتی اشـــاره دارد. شـــاید بخواهید محدودهٔ جستجوی خود را به یک سایت خاص معطوف کنید. مثلاً می‌دانید در ســـایتی با نـــام www.howstuffworks.com، اطلاعات علمی راجع به موضوعی که مورد نظر شماســـت وجود دارد. اما نمی‌دانید در کدام قسمت آن این اطلاعات وجود دارد. (یک ســـایت ممکن اســـت از تعداد انگشت شـــماری صفحه تشکیل شده باشـــد و یا هزاران صفحه را در برگیرد). لذا می‌توانید از google بخواهید صرفاً همین سایت را مورد جستجو قرار دهد. برای این کار کافی است بعد از مشخص کردن کلمه کلیدی آدرس سایت مورد نظر در این قسمت تایپ شود.

برای جستجو فقط در یک سایت خاص بدون آمدن به صفحه جستجوی پیشرفته می‌توان در صفحهٔ عادی اینگونه نیز عمل کرد:

google site: www.searchenginewatch. com

(در صفحه جستجوی معمولی عبارت بالا تایپ شود. که می‌توان کلمه کلیدی یا سایت دیگری را جایگزین نمود. در اینجا کلمه کلیدی google بوده است).

برای دیدن گزینه‌های بیشتر برای تنظیمات روی گزینه نشان داده شده در انتهای تصویر ۱۱ کلیک کنید تا این بخش همانند تصویر ۱۲ فعال شود.



تصویر ۱۲

تنظیمات این قسمت از این قرارند:

Date: بر اساس آخرین تاریخ به روز رسانی صفحات آن‌ها را نشان می‌دهد. برای نمونه می‌توانید بگویید فقط صفحاتی که در یک ماه گذشته (past month) به روز شده‌اند نمایش داده شود.

Show Up (گزینه سوم) : به معنی محل قرارگیری کلمه کلیدی در صفحه مورد جستجو می‌باشد.

تغییرات این گزینه اغلب اثر زیادی در نتایج خروجی خواهد داشت. هر صفحه‌ی اینترنتی از بخش‌های متفاوتی تشکیل می‌شود. اولین بخش آدرس صفحه یا URL آن اســت. بعد عنوان صفحه یا title و در نهایت متن اصلی صفحــه یا text. البته پیوندهای (Link) موجود در هر صفحه را هم باید در نظر گرفت. وقتی به صورت عادی کلمه‌ای جستجو می‌شود این جستجو در تمامی بخش‌ها انجام می‌شود. برای جستجوهای علمی بهتر است این گزینه روی text تنظیم شود.

Region: در ایــن بخش می‌توانید محدوده‌ی جغرافیایی نتایج را تعیین کنید. برای مثال اگر کلمه کلیدی tourism (گردشــگری) را نوشته و منطقه را ایران انتخاب کنید، فقط صفحاتی باز می‌شــوند که مربوط به ایران و یا سایت‌های ایرانی هستند.

جستجوی صفحات مشابه (Page specific search)

اما در همین صفحه (جســتجوی پیشرفته) بخش جالب دیگری وجود دارد که در برخی موارد می‌تواند کاربردهای قابل توجهی داشته باشد.

در قســمت Similar (به معنی مشــابه) می‌توانید ســایتی را به google معرفی کرده و بگویید سایت‌هایی مشابه آن را برای شما جستجو کند.

مثلاً آدرس یک ســایت خبری فارســی را دارید و مایلید به سایت‌های بیشتری در این مورد دسترسی پیدا کنید. بهترین کار این است که آدرس آن ســایت را در قسمت مربوط وارد کرده و جستجو را شروع نموده و منتظر نتایج جالب آن باشید.

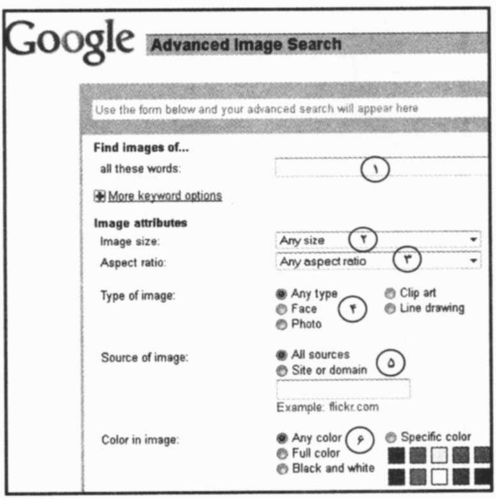
جستجوی پیشرفته تصویری

روش جستجوی تصویری در فصل قبل توضیح داده شد. اما این جستجو را می‌توان با استفاده از ابزارهای پیشرفته به صورت حرفه‌ای‌تری انجام داد. برای انجام تنظیمات جستجوی پیشرفته تصویری دو راه وجود دارد. راه اول این اســت: پس از ورود به سایت گوگل و در نوار مشکی که بالای صفحه قرار دارد روی گزینه Images کلیک کنید تا صفحه‌ی جستجوی تصویری همانند تصویر ۱۳ باز شود.



تصویر ۱۳

سپس روی پیوند نشان داده شده کلیک کنید تا پنجره تصویر ۱۴ باز شود.



تصویر ۱۴

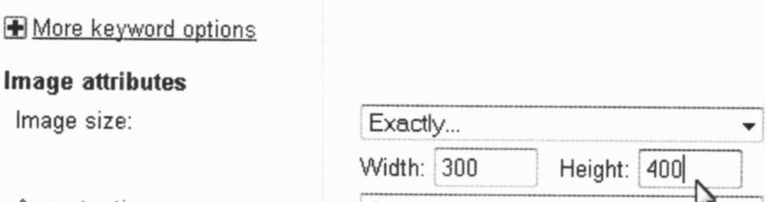
اکنون نگاهی می‌اندازیم به گزینه‌های موجود در این صفحه:

در قسمت ۱ که باید کلمه کلیدی وارد شود. اگر بخواهید، می‌توانید با کلیک روی دکمه + که در زیر این بخش قرار دارد صفحه تنظیمات پیشرفته کلمه کلیدی را باز کرده و از آن استفاده کنید. (مانند جستجو با استفاده از عملگرهای OR و دیگر مواردی که قبلاً آموزش داده شده‌اند)

در قسمت ۲ (Image Size) می‌توانید اندازه تصاویری که جستجو می‌شوند را معلوم کنید. با کلیک روی دکمه ▼ فهرستی باز می‌شود که اندازه‌های متفاوتی در آن نوشته شده است. برخی از گزینه‌ها در جدول زیر توضیح داده شده‌اند:

بزرگ	Large
متوسط	Medium
کوچک در حد آیکون	Icon
بزرگتر از ۸۰۰×۶۰۰	Larger than 800×600

اما اگر اندازه خاصی مورد نظرتان است و دقیقاً می‌خواهید تصاویری با همان اندازه را جستجو کنید، از فهرست اندازه‌ها گزینه Exactly را انتخاب کنید. با این کار قسمتی همانند تصویر ۱۵ باز می‌شود که در آن می‌توانید عرض (Width) و ارتفاع (Height) مورد نظر را وارد کنید.



تصویر ۱۵

قسمت ۳ مربوط می‌شود به تعریف نسبت ابعاد (aspect ratio). برای مثال عکس‌های پانوراما عکس‌هایی هستند که چشم انداز وسیعی را نشان می‌دهند و عکس‌های منظره‌ای که در این ابعاد گرفته می‌شوند معمولاً بسیار زیبا هستند. برای نمونه بیایید عکس‌هایی از ارگ گوگد که یک مکان تاریخی زیبا در گلپایگان است را جستجو کنیم. با وارد کردن عبارت «ارگ گوگد» به عنوان کلمه کلیدی و انتخاب Panoramic در قسمت ۳ و فشردن کلید Enter تصاویر یافت شده به صورت فهرست‌وار نمایش داده می‌شوند:



تصویر ۱۶

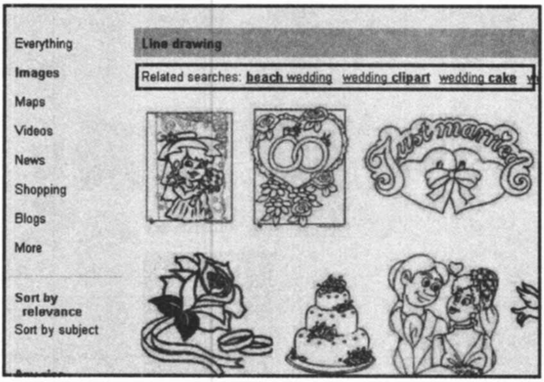
نکته ...

برای شروع جستجو یا روی دکمه Search Images در انتهای صفحه کلیک کنید و یا پس از نوشتن کلمه کلیدی دکمه Enter از صفحه کلید را فشار دهید.

قسمت ۴ مربوط می‌شود به انتخاب نوع تصویر (Type of Image). حالت‌های قابل انتخاب در جدول زیر توضیح داده شده‌اند:

Any Type	تمام انواع
Face	تصاویری که از چهره هستند.
Photo	عکس
Clipart	تصویرهای نمادین
Line drawing	طرح‌ها، ترسیم‌ها، سیاه قلم و مانند آن

این قسمت بسیار جالب و کاربردی است و برای یک جستجوی کارآمد بسیار یاری‌رسان است. یک مدت پیش که می‌خواستم یک کارت عروسی طراحی کنم به دنبال چند طرح گرافیکی مناسب بودم. برای این منظور نوع عکس را روی Line drawing تنظیم و با استفاده از کلمه کلیدی Wedding جستجو را انجام دادم. تصویر ۱۷ نمونه‌ای از عکس‌هایی که گوگل پیدا کرده است را نشان می‌دهد:



تصویر ۱۷

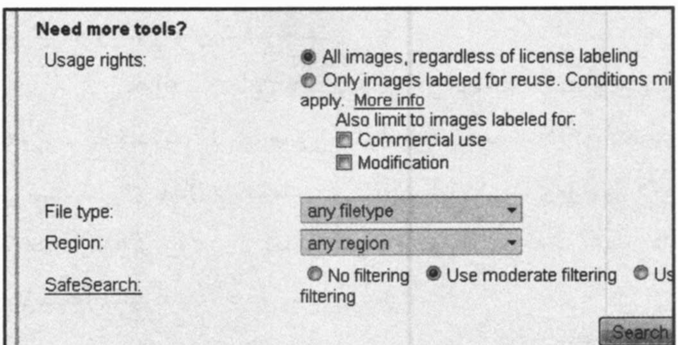
البته ممکن است این طرح‌ها به نظرتان جالب نباشد. پس باید به دنبال بهبود کار باشید. برای رسیدن به نتیجه مناسب باید از راه‌های گوناگونی جلو رفت. برای نمونه می‌توانید در بین Clipart هم جستجو کنید. در کنار این‌ها کار خوب دیگری که می‌توان انجام داد بهتر کردن کلمه کلیدی با

استفاده از پیشنهادهایی است که خود گوگل ارائه می‌دهد. در قسمت بالای نتایج بخشی وجود دارد با نام Related Search به معنی جستجوی مرتبط (تصویر ۱۷) در این بخش گوگل کلمات کلیدی دیگری که می‌تواند مرتبط با عبارت شـــما باشد را نشان می‌دهد و با کلیک روی هر کدام جستجو بر اســاس آن انجام می‌شـــود. در بســـیاری از موارد این بخش ایده‌های بسیار خوبی برای کلمه‌های کلیدی جدیدتر و کارآمدتر به دست می‌دهد.

قسمت ۵ (Source of Image) مربوط می‌شود به منبع تصویر یا در واقع پایگاه‌هایی که جستجو در آن انجام می‌شود، اگر می‌خواهید جستجو تنها در یک سایت خاص انجام شود، آدرس آن را در این قسمت وارد کنید.

قســمت ۶ مربوط می‌شود به انتخاب رنگ عکس و یا رنگ‌هایی که در عکس به کار رفته‌اند. در این قســـمت می‌توانید انتخاب کنید که آیا عکس تمام رنگی باشد (Full color)، سیاه و سفید باشد (Black and white) و یا رنگ خاصی در آن شاخص‌تر و نمایان باشد. (کلیک روی مربعی که رنگ مورد نظر را نشان می‌دهد)

در ادامـــه‌ی صفحه گزینه‌های دیگری نیـــز وجود دارد که در تصویر ۱۸ می‌توانید آن‌ها را ببینید.



تصویر ۱۸

کارکرد قسمت File Type (نوع فایل) و Region (منطقه) مربوط می‌شود به انتخاب نوع فایل و منطقه جغرافیایی سایت‌هایی که جستجو می‌شوند.

در قسمت Usage rights می‌توان جستجو را بر اساس حقوق قانونی کپی که برای عکس‌ها تعریف شده‌اند انجام داد و اگر در استفاده از عکس‌ها به ویژه برای کاربردهای رسمی و اداری می‌خواهید قانون حق کپی را رعایت کنید می‌توانید از این بخش استفاده کنید.

و در انتها می‌رسیم به گزینه Safe Search یا جستجوی ایمن. گاهی پیش می‌آید که یک کلمه کلیدی شبیه به عبارت‌هایی است که در سایت‌های غیر اخلاقی استفاده می‌شود. در این قسمت می‌توانید از گوگل بخواهید که حالت پالایش (فیلترینگ) را فعال کند.

گزینه اول این حالت را خاموش می‌کند (No Filtering) و دو گزینه بعدی به ترتیب با شدت متوسط و شدت زیاد کار پالایش را انجام می‌دهند.

روش‌های جدید در جستجوی پیشرفته تصویری

برای جستجوی پیشرفته تصویری راه دیگری هم وجود دارد. در همان صفحه‌ی اصلی گوگل که قبلاً جستجوی تصویری معمولی را انجام دادیم (تصویر ۸) در انتهای قاب سمت چپ صفحه گزینه‌هایی برای بهبود کار جستجوی تصویری قرار گرفته است.

برخی از گزینه‌ها همان‌هایی هستند که در صفحه جستجوی تصویری پیشرفته توضیح داده شدند. اما موارد جدیدی هم هستند که در ادامه توضیح داده می‌شود. برای مثال در انتهای این فهرست گزینه‌ای وجود دارد با نام Past weak که اگر روی آن کلیک کنید، عکس‌هایی که در هفته گذشته روی سایت‌ها قرار گرفته‌اند نمایش داده می‌شود.

جستجوی موضوعی در بین تصویرها

وقتی کلمه کلیدی را در بین تصویرها جستجو می‌کنید نتایج برحسب میزان نزدیکی و شباهت به کلمه کلیدی شما مرتب می‌شوند. اما گوگل ابزار جدیدی در این قسمت گنجانده که عکس‌ها را به صورت موضوعی مرتب می‌کند. بدین منظور کلمه‌های کلیدی دیگری که ممکن است با کلمه کلیدی داده شده توسط شما مرتبط باشند و یا ترکیب‌های جدیدتر یا بهتری از آن باشند نیز جستجو شده و نتایج به صورت دسته‌بندی شده ارائه می‌شود. برای مرتب کردن نتایج بر اساس موضوع باید در قاب سمت چپ روی Sort by Subject کلیک کنید. با این کار نتیجه جستجو برای کلمه تخت جمشید همانند تصویر ۱۹ می‌شود.



تصویر ۱۹

درتصویر ۱۹ می‌بینید که ترکیب‌های دیگری نظیر عکس تخت جمشید، ستون تخت جمشید، شکوه تخت جمشید و مانند آن نیز جستجو شده‌اند. این عبارت‌های جدید بر اساس تکنیک‌های نرم‌افزاری پیشرفته‌ای ساخته و پیشنهاد می‌شوند. ممکن است در هنگام جستجو برخی ترکیب‌ها به ذهنتان نرسد اما وقتی نتایج را ببینید از آن راضی باشید.

برای مثال دیدن نتایج مربوط به شکوه تخت جمشید من را خوشحال کرد زیرا به دنبال طرح‌های گرافیکی بازســازی شده بودم اما نمی‌دانستم چه عبارتی را جستجو کنم.

و اما در ادامه کار و برای دیدن نتایج بیشتری از یک گروه موضوعی باید روی پیوند more like this کلیک شود تا بقیه موارد نیز نمایش داده شوند. (تصویر ۱۹)

فصل سوم
جستجوی معکوس تصویری

پردازش تصویر یکی از فناوری‌های نرم افزاری نسبتاً جدید است که با کاربردهای گسترده‌ای که دارد روز به روز در حال پیشرفت و توسعه است. اســتفاده از این فناوری در برخی موتورهای جستجو از جمله گوگل باعث به وجود آمدن ابزار جدیدی به نام جستجوی معکوس تصویری شده است. در این روش شــما می‌توانید به جای کلمه کلیدی یک عکس را به گوگل بدهید و از آن بخواهید که عکس را جستجو کند.

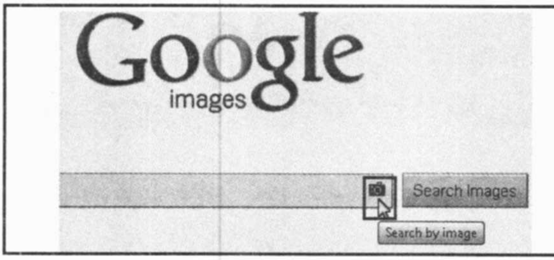
بــرای مثــال عکس زیر را روی کامپیوترم دارم کــه مربوط به یک بنای تاریخی اســت. اما فراموش کرده‌ام که این بنا کجاســت. پس بیایید با هم گوگل را امتحان کنیم و ببینیم آیا می‌تواند کمکی کند.



تصویر ۲۰

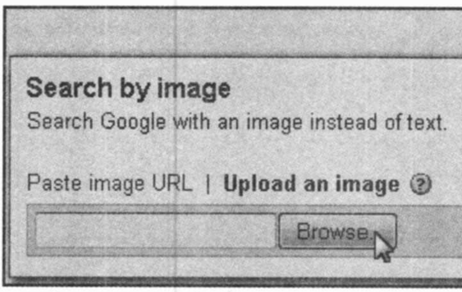
گام‌های لازم برای انجام جستجو

۱- پس از وارد شدن به سایت گوگل، روی پیوند Images در نوار مشکی رنگ بالای صفحه کلیک کنید تا پنجره‌ی جســتجوی تصاویری همانند تصویر ۲۱ باز شود.



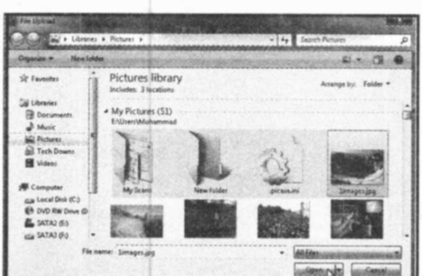
تصویر ۲۱

۲- روی علامت دوربین که در شکل نیز مشخص شده کلیک کنید تا قسمت انتخاب عکس همانند تصویر ۲۲ فعال شود.



تصویر ۲۲

۳- برای انتخاب عکس از روی کامپیوتر، روی Upload an Image کلیک و سپس دکمه Browse را فشار دهید تا پنجره‌ی انتخاب فایل باز شود



تصویر ۲۳

(تصویر ۲۳). بعد از آن فایل را در کامپیوتر پیدا کرده و انتخاب کنید. با کلیک روی Open فایل به سرور گوگل فرستاده شده و جستجوی آن شروع می‌شود.

۴- نتایج به دست آمده همانند تصویر ۲۴ به نمایش در می‌آید. در بین نتایج عکس‌های دیگری مانند عکسی که داده بودیم یافت شده است. در بالای صفحه نیز گوگل گفته‌است که بهترین عبارتی که برای این عکس حدس زده Odeon of herodes atticus است. با خواندن توضیحات مختصری که در همین صفحه آمده متوجه می‌شویم که این تصویر مربوط به یک بنای تاریخی مشهور در شهر آکروپولیس یونان است.

به نظر من که این ابزار بسیار جالب و مهیج است. البته اولین موتور جستجویی که این روش را ارائه کرده‌است TinEye نام دارد به آدرس www.tineye.com در این‌جا نیز می‌توانید با استفاده از دکمه Browse عکس خود را بارگذاری کرده و جستجو کنید.

بهتر است جستجوهایتان را با استفاده از هر دو جستجوگر انجام دهید تا بتوانید بین آن‌ها انتخاب بهتری انجام دهید، هر چند به نظر می‌رسد گوگل قوی‌تر و بهتر کار می‌کند.



تصویر ۲۴

فصل چهارم
منطق بولی (Boolean)

بهتر است یک اصطلاح رایج در بحث جستجو را نیز برای شما معرفی کنیم: منطق بولی. اگر در جایی با این عبارت برخورد کردید، فکر نکنید که با مسأله جدیدی روبرو شده‌اید و فن خاصی را در جستجو باید فرا بگیرید.

در واقع نام برخی از کارهایی که تا به حال فرا گرفته‌اید، نظیر حذف یک لغت از جستجو یا تأکید بر وجود یک لغت یا جستجو با همه کلمات و... را به شما معرفی می‌کنیم. منطق بولی یا جبر بولی شامل این دستورات است (بطور عام در همهٔ موتورهای جستجو این بخش‌ها وجود دارند):

AND: یعنی تمام کلمات در جستجو مورد استفاده قرار بگیرند.

مثال: تایپ در نوار جستجو: iran AND news

یعنی هر دو کلمه (و اگر بیشتر باشد همه کلمات) در جستجو در نظر گرفته شوند که البته اغلب موتورهای جستجو از جمله google بدون نوشتن این دستور نیز بطور خودکار، این کار را انجام می‌دهند. به جای آن از کلید + هم می‌توان استفاده نمود. (مثلاً iran+news).

OR: یکی از کلمات قبل یا بعد را برای آوردن صفحه کافی می‌داند.

مثلاً می‌خواهید اطلاعاتی راجع به توریسم در شیراز یا اصفهان داشته باشید. وارد کنید: tourism shiraz OR isfahan

نتایج خروجی هم صفحاتی را در بر می‌گیرد که شامل کلمات tourism و shiraz با هم باشد و هم صفحاتی که شامل کلمات tourism و isfahan با هم.

این نکته را در نظر بگیرید که اگر می‌خواستید چنین جستجویی در صفحه پیشرفته advanced گوگل انجام شود باید کلمهٔ tourism را در نوار اول all تایپ کرده و دو کلمه shiraz و isfahan را با حفظ فاصله در نوار سوم (at least one) تایپ می کردید.

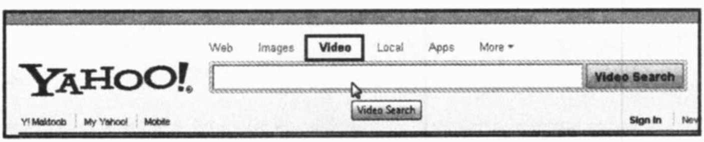
Not: برای حذف صفحاتی که دارای لغت خاصی باشند از این عملگر استفاده می‌کنیم که البته می‌بینید باز هم چیز جدیدی نیست. چرا که با استفاده از منفی (-) یا ردیف unwanted words در جستجوی پیشرفته گوگل نیز می‌توانستیم همین کار را انجام دهیم. کلیدهای + و – در اکثر موتورهای جستجو کاربرد دارند.

فصل پنجم
جستجوی ویدیوئی

شـــاید بتوان گفت فیلم‌ها و انیمیشـــن‌ها، جذاب‌ترین اجزای موجود در اینترنت هســـتند. اما جســـتجو برای یافتن یک فیلم بـــا موضوع مورد نظر به ســـادگی یافتن یک کلمه در یک صفحه‌ی وب نیســـت. البته موتورهای جستجویی هستند که تسهیلات زیادی برای این نوع جستجو فراهم کرده‌اند که در این فصل می‌خواهیم نگاهی به آنها بیاندازیم.

جستجوی فیلم‌ها در یاهو

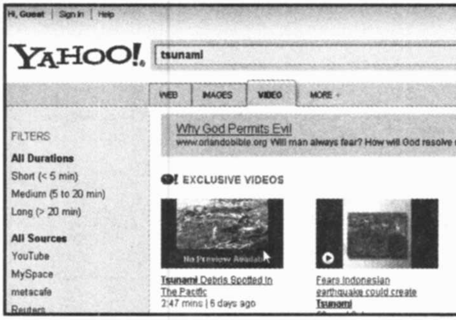
برای ورود به صفحه جستجوی ویدیویی یاهو ابتدا صفحه اصلی این پایگاه به آدرس www.yahoo.com را باز کنید. سپس از گزینه‌های بالای صفحه روی video کلیک کنید. (تصویر ۲۵)



تصویر ۲۵

در این‌جا هر عبارتی را که وارد کنید فیلم‌های مرتبط با آن جستجو شده و نمایش داده می‌شوند. برای مثال می‌خواهیم درباره سونامی چند فیلم ببینیم و اطلاعات بیشتری از آن به دست بیاوریم. پس در محل مربوط به نوشتن کلمه کلیدی tsunami را نوشته و روی Search کلیک می‌کنیم. با این کار انبوهی از فیلم‌ها همانند تصویر ۲۶ به صورت فهرست‌وار نمایش داده می‌شوند که

با کلیک روی هر کدام می‌توان آن را تماشا کرد. البته برای دیدن نیاز به یک اینترنت پر سرعت دارید و گرنه باید عطای دین فیلم را به لقایش ببخشید.

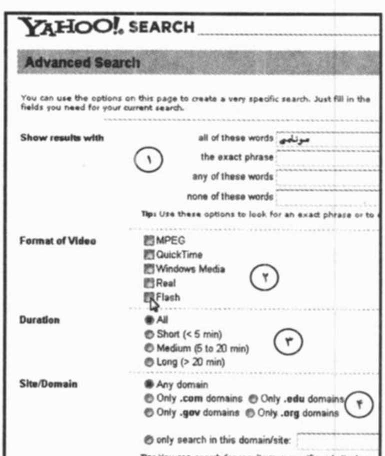


تصویر ۲۶

نکته ...

این جستجو را به زبان فارسی و با کلمه کلیدی "سونامی" نیز می‌توانید انجام دهید. در این حالت دسته‌ای دیگر از فیلم‌ها را می‌توانید پیدا کنید.

تنظیمات جستجوی پیشرفته



در انتهای نوار جستجو پیوندی به نام Options وجود دارد. روی آن کلیک کرده و از فهرســت باز شــده Advanced Search را انتخاب کنید تا صفحه جستجوی پیشرفته ویدیویی همانند تصویر ۲۷ باز شود.

تصویر ۲۷

مهم‌ترین تنظیماتی که در این صفحه می‌توان انجام داد از این قرارند:

۱- تنظیمات مربوط به کلمه کلیدی که همانند صفحه جستجوی پیشرفته گوگل انجام می‌شود و از توضیح دوباره آن پرهیز می‌کنم.

۲- در قسمت دوم می‌توانید نوع فایلی که جستجو می‌شود را تعریف کنید. فیلم‌ها نیز همانند دیگر فایل‌ها با قالب‌های گوناگونی ایجاد می‌شوند. اگر به دنبال فیلم‌های با کیفیت خیلی بالا می‌گردید، جستجو در بین قالب‌های MPEG, Windows Media به گمان اهل فن نتیجه‌ی بهتری خواهد داد. هر چند باید نتایج قالب‌های دیگر را نیز در نظر داشته باشید.

۳- اگر مدت زمان فیلم برایتان مهم است در این بخش می‌توانید آن را تنظیم کنید. برای نمونه با کلیک بر روی گزینه Long تنها فیلم‌هایی که مدتشان بیشتر از ۲۰ دقیقه است جستجو می‌شوند.

۴- در قسمت شماره ۴ می‌توانید جستجو را به پایگاه‌های خاصی محدود کنید. مثلاً پایگاه‌های با نام دامنه com یا gov و یا به یک پایگاه خاص. تنظیمی شبیه به این را قبلاً در جستجوی پیشرفته گوگل نیز داشتیم.

جستجوی ویدیویی در گوگل

برخی آن‌قدر به گوگل علاقه و اعتماد دارند که مایل نیستند از خدمات هیچ شرکت دیگری مانند یاهو و مایکروسافت استفاده کنند. اگر شما هم جزء همین دسته از افراد هستید می‌توانید جستجوی فیلم‌ها را نیز در همین گوگل خودمان انجام دهید. آدرس صفحه جستجوی ویدیویی گوگل این است: video.google.com با وارد کردن این آدرس در مرورگرتان صفحه جستجوی ویدیویی گوگل همانند تصویر ۲۸ باز می‌شود.



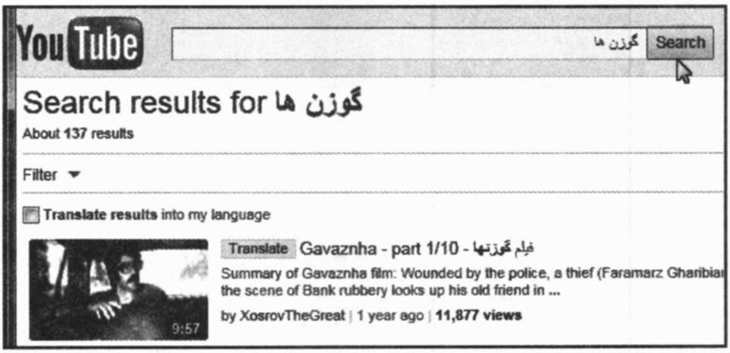
تصویر ۲۸

در این تصویر از کلمه کلیدی «خورشید گرفتگی» برای جستجو استفاده کرده‌ام. شـــاید شما هم با من هم نظر باشـــید که خورشید گرفتگی یکی از زیباترین پدیده‌های طبیعی اســـت و علاقمند باشید فیلم‌هایی از آن ببینید. اگر این‌گونه اســـت، شما هم این کلمه را امتحان کنید. البته برای رسیدن به نتیجه مطلوب همواره باید کلمه‌های کلیدی مرتبط را نیز آزمود. برای نمونه اســـتفاده از «کســـوف» و یا "eclipse" که معادل انگلیســـی آن هست طیف دیگری از نتایج را برمی‌گرداند که موارد جالبی را می‌توان در آن‌ها یافت.

جستجو در فیلم‌های اشتراکی

دنیای امروز دنیای اشتراک اطلاعات است؛ بسیاری از اطلاعات عمومی و حتی فنی و تخصصی را می‌توان از منابع غیر رسمی که این اطلاعات را در اینترنت ارایه کرده و به رایگان در اختیار همگان قرار داده‌اند به دســـت آورد. در گذشته این اطلاعات بیشتر محدود می‌شد به متن و عکس. اما با گسترش امکانات و خدمات اینترنتی و همچنین مدرن و ارزان و گسترده شدن تجهیزات تصویر برداری انبوهی از فیلم‌های غیر حرفه‌ای نیز به این منابع رایگان افزوده شده‌اند. پایگاه‌های اینترنتی زیادی وجود دارند که کاربران می‌توانند فیلم‌هایی

که خودشـــان تهیه کرده‌اند را در آن جا قرار دهند و دیگران ببینند و نظرشان را بگویند. یکی از پایگاه‌های پیشتاز و مشهور در این زمینه یوتیوب است به آدرس: www.youtube.com اگــر ایــن آدرس را در مرورگرتان وارد کنید، صفحه‌ی اول آن همانند تصویر ۲۹ باز می‌شود. پس در قسمت مربوط به وارد کردن کلمه کلیدی می‌توانید کلمه مورد نظر را نوشته و Enter را فشار دهید تا فهرستی از فیلم‌های موجود نمایش داده شود.



تصویر ۲۹

در تصویر ۲۹ جســتجو را برای کلمه «گوزن‌ها» انجام داده‌ام تا ببینم آیا نســخه‌ای از این فیلم قدیمی کیمیایی را می‌توان یافت که خوشبختانه نتایج زیادی نشان داده شد.

در بایگانی این ســایت همه نوع فیلم پیدا می‌شــود. اما بخش بزرگی از آن فیلم‌هایی هســتند که کاربران با دوربین‌های شخصی و به صورت آماتوری گرفته‌اند و به اشــتراک گذاشته‌اند. برای نمونه در تصویر ۳۰ با اســتفاده از کلمه «غار علیصدر» جســتجویی انجام داده‌ام که ۲۶ فیلم را برگردانده‌است. دیدن این فیلم‌ها برای من خیلی خوشحال کننده بود زیرا

سال‌ها پیش به همدان سفر کرده بودم و آن موقع نتوانسته بودم از این غار دیدنی و شگفت‌انگیز تصویری ثبت کنم.



تصویر ۳۰

نکته ...

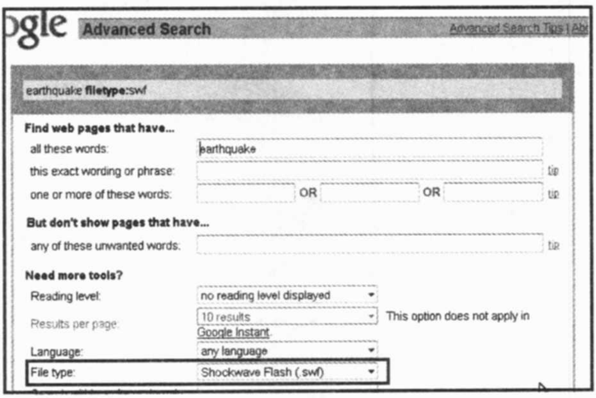
برای جستجوی بهتر در یوتوب می‌توانید از صفحه‌ی جستجوی ویدئویی گوگل نیز استفاده کنید زیرا گوگل این جا را هم جستجو می‌کند.

جستجو در فایل‌های FLASH

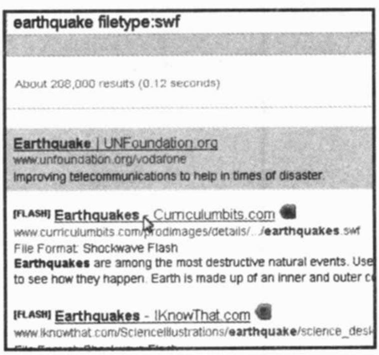
فایل‌های فلش نوعی از فایل‌های انیمیشن هستند که به دلیل کارایی‌هایی که دارند بسیار محبوب شده‌اند. کلیپ‌های فیلم، عکس یا کارتون‌ها و انیمیشن‌های آموزشی و بازی‌ها چیزهایی هستند که ممکن است در یک فایل فلش وجود داشته باشد. یکی از ویژگی‌های این فایل‌ها در این است که حالت فعال دارند و می‌توانند با کاربر ارتباط برقرار کنند. یعنی دکمه‌ها و پیوندهایی در آن‌ها وجود دارد که به کاربر اجازه انتخاب می‌دهد. این فایل‌ها منبع بسیار خوبی برای فیلم‌ها و شبیه‌سازی‌های کمک آموزشی هستند. به همین دلیل در این بخش به صورت ویژه به آن‌ها می‌پردازیم.

برای جســتجو در میان این نوع فایل‌هــا روش‌های گوناگونی وجود دارد. یکــی از راه‌هــا که در این جــا به آن می‌پردازیم این اســت که در صفحه‌ی جســتجوی پیشــرفته گوگل نوع فایل را روی فلش (فایل‌های با پســوند swf) تنظیم کنیم. در تصویر ۳۱ این تنظیم انجام شــده و کلمه کلیدی نیز "earthquake" انتخاب شــده اســت. هدف از این جســتجو یافتن یک فیلم یا انیمیشن آموزشی درباره زلزله بوده است.

با کلیک روی دکمه‌ی Advanced Search که در پایین صفحه قرار دارد جستجو انجام شده و نتایج همانند تصویر ۳۲ نمایش داده می‌شوند.

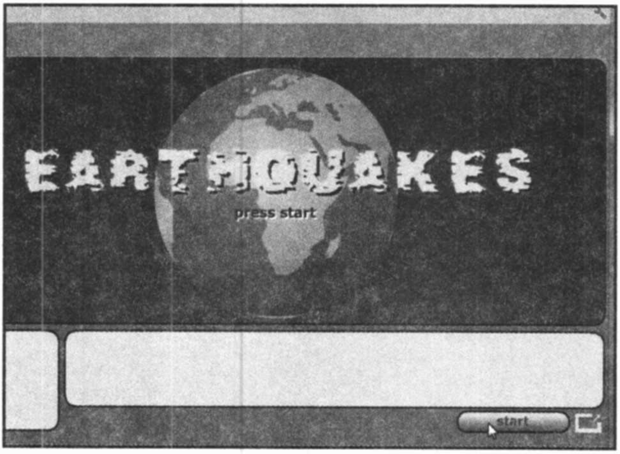


تصویر ۳۱



تصویر ۳۲

روی اولین نتیجه کلیک می‌کنم تا صفحه‌ی مربوط به آن همانند تصویر ۳۳ باز شود. در فایل‌ها یا صفحه‌های فلش در بیشتر موارد دکمه‌ای با نام Start (شروع) دیده می‌شود که با کلیک روی آن نمایش شروع می‌شود.



تصویر ۳۳

نکته ...

اگر می‌خواهید فایل فلش را روی رایانه خود ذخیره کنید، می‌توانید در فهرست نتایج روی پیوند مربوط به فایل کلید راست ماوس را فشرده و Save target را انتخاب کنید. البته این راه همیشه پاسخ نمی‌دهد. برای آگاهی از روش‌های دانلود فایل‌ها می‌توانید به کتاب دانلود مراجعه کنید.

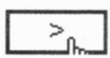
فصل ششم
راه‌هایی دیگر برای جستجوی کار آمد

راههای رسیدن به مطلب موردنظر در اینترنت متفاوت هستند و فقط در موتورهای جستجوگر خلاصه نمی‌شوند. هر چند موتورهای جستجو بسیار کلی بوده و همه‌ی راه‌هایی را که در اینجا معرفی می‌کنیم می‌پوشانند، اما آشنایی با برخی از این روش‌ها می‌تواند باعث دگرگونی در سرعت و کیفیت یافتن مطالب موردنظر شود.

استفاده از دانشنامه‌های اینترنتی

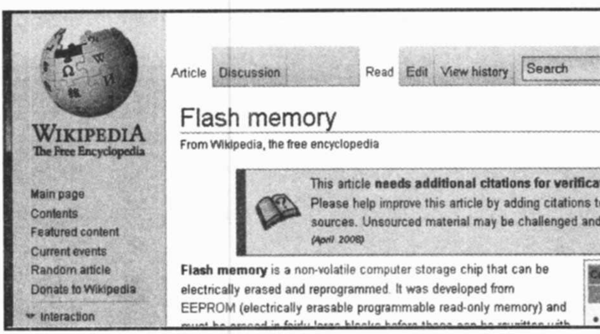
دانشنامه یا دائرةالمعارف‌های (encyclopedia) اینترنتی و یا الکترونیکی یکی از مراجع بسیار خوب برای یافتن اطلاعات در زمینه‌های گوناگون هستند.

یکی از موارد بسیار خوب دانشنامه آزاد ویکی پدیا (wikipedia) است که در آن اطلاعاتی از شیر مرغ گرفته تا جان آدمیزاد پیدا می‌شود. با وارد کردن آدرس آن یعنی www.wikipedia.org در برنامه‌ی مرورگر اینترنت، صفحه‌ی اول آن همانند (تصویر ۳۴) باز می‌شود.

برای مثال به دنبال مطالبی درباره‌ی حافظه‌های فلش می‌گردم. لذا در نوار جستجو وارد می‌کنم flash memory و روی دکمه  کلیک می‌کنم تا نتیجه‌ی به دست آمده در صفحه‌ای همانند (تصویر ۳۵) نشان داده شود.



تصویر ۳۴



تصویر ۳۵

البته در استفاده از نتایج به دست آمده باید کمی دقت به خرج داد چرا که این دانشنامه آزاد است و هرکس می‌تواند مطالب را ویرایش و بخش‌هایی به آن اضافه کند.

این دانشنامه بخش فارسی هم دارد که در آدرس fa.wikipedia.org قرار دارد.

نمونه دیگری از دانشنامه اینترنتی مربوط به شبکه رشد است که شبکه ملی مدارس ایران است به آدرس daneshnameh.roshd.ir. صفحه اول

آن مانند (تصویر ۳۶) است. در این سایت هم دانشنامه‌های مختلف وجود دارد و هم گروه‌های بحث و گفتگو که پیوندهای فارسی موجود در سایت به اندازه‌ی کافی گویا هستند و از نوشتن بیشتر درباره‌ی آن پرهیز می‌کنم.



تصویر ۳۶

افزون بر این دو سایتی که معرفی شدند منابع ارزشمندی از این دست را باز هم می‌توان یافت. برای نمونه سایت سیویلیکا که ایرانی است و مرجعی برای مقالات علمی و یا سایت wiki10 که یک دانشنامه آموزشی است. آدرس این سایت‌ها را در قسمت صفحات زرد می‌توانید ببینید. البته در بخش جستجوی علمی و تخصصی درباره سیویلیکا اطلاعات بیشتری ارائه شده است.

استفاده از کلوب‌های اینترنتی

یکی از بخش‌های پرکاربرد و مفید اینترنت کلوب‌ها یا گروه‌های بحث و گفتگو درباره مسائل مختلف هستند.

برای مثال اگر به انجمن مربوط به کتاب‌های کلید به آدرس www.kelid.ir/forum مراجعه کنید، بخش‌هایی را با عناوین متنوعی می‌بینید. به این بخش‌ها اتاق یا تالار یا انجمن‌های بحث (forum) گفته

می‌شـــود. با کلیک روی «کلید کامپیوتـــر» اتاق‌های زیر مجموعه آن همانند تصویر ۳۷ نمایش داده می‌شوند.



تصویر ۳۷

حال روی انجمن «کلید Excel» کلیک می‌کنیم تا ببینیم در آن‌جا چه خبر اســت. با کلیک روی آن صفحه انجمن که در تصویر ۳۸ نشـــان داده شده است باز می‌شود.



تصویر ۳۸

در این صفحه فهرستی از پرسش‌هایی که کاربران مطرح کرده‌اند دیده می‌شـــود. کاربران عضو انجمن می‌توانند پرســـش‌ها را خوانده و به آن‌ها پاسخ دهند. هر عضوی که بخواهد بحثی مطرح کند می‌تواند روی دکمه «موضوع جدید» کلیک کرده و پرسش خود را بنویسد.

برای خواندن پرســـش و پاســـخ‌ها نیز کافی اســـت روی هر کدام از بحث‌ها کلیک شود.

برای نمونه اگر روی پرســـش نشان داده شده در تصویر ۳۸ کلیک شود، مباحث مربوط به آن همانند تصویر ۳۹ نمایش داده می‌شوند.



تصویر ۳۹

از ایـــن دســـت انجمن‌ها در دنیـــای اینترنت زیاد وجـــود دارد و طیف گســـترده‌ای از مطالب را پوشـــش می‌دهنـــد. از آن‌جا که در ایـــن مکان‌ها بحث‌های گســـترده و مختلفی بین کاربران انجام می‌شـــود در بیشتر موارد مطالب کاربردی و مفیدی را می‌توان در بین بحث‌ها یافت. پیشنهاد می‌کنم تعدادی از گروه‌های مورد علاقه‌تان را یافته و در آن‌ها عضو شوید و افزون بر اینکه مطالبی را از دیگران می‌آموزید شما نیز پویا باشید و به دیگران کمک کنید. گسترش این‌گونه محیط‌ها بر دانش عموم کاربران اثر مثبت می‌گذارد و منابع فارسی در اینترنت را پربارتر می‌کند.

برای یافتن انجمن‌های متناسب با موضوعات مورد نظرتان می‌توانید از جستجوی گوگل کمک بگیرید که در ادامه درباره‌ی آن صحبت خواهیم کرد.

جستجو برای یافتن گروه‌های بحث اینترنتی

کلمه انگلیسی بسیار رایجی که برای تالارهای گفتگو به کار می‌رود Forum است. به گروه‌های بحث discussion group, cloob و یا newsgroup نیز گفته می‌شود.

برای مثال به دنبال گروهی هستم که در آنجا درباره‌ی CD و DVD صحبت می‌شود. ممکن است مطالب آموزشی و کاربردی که در این گروه‌ها پیدا می‌شود بسیار ارزشمندتر از مطالب سایت‌ها باشد. زیرا در یک صفحه‌ی اینترنتی بحث درباره چند عنوان خاص بیشتر وجود ندارد در حالیکه در انجمن‌ها درباره همه چیز صحبت می‌شود. این مطالب می‌تواند از بحث‌های ابتدایی نظیر چگونه روشن کردن کامپیوتر تا بحث‌های حرفه‌ای نظیر طراحی سایت و ... را در بر بگیرد.

برای این منظور از کلمه کلیدی زیر در گوگل استفاده می‌کنم:

cd dvd forum



تصویر ۴۰

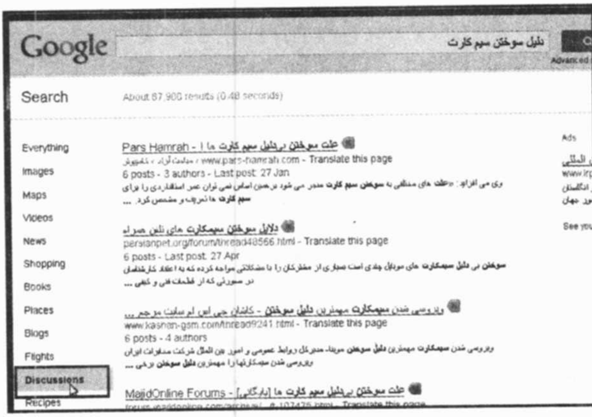
که البته به ساده‌ترین شکل ممکن نوشته شده و در آن از هیچ تکنیک خاصی (نظیر جستجوی عبارت به صورت با هم) استفاده نشده است. نتیجه در (تصویر ۴۰) نشان داده شده است.

گزینه دومی که معرفـی شـده (club.myce.com) یکی از بزرگترین و بهترین گروه‌های اینترنتی برای بحث درباره CD و DVD است.

البته ممکن است همیشه اینقدر خوش شانس نباشیم که با این سرعت به نتیجه‌ی مطلوب برسـیم و برای نتیجه خوب باید کمی وقت صرف شود و ترکیبات مختلفی از کلمه‌ی کلیدی ساخته شود.

نکته ...
در بیـن گروه‌هـای بحـث اینترنتی، برخی فعـال و به روز و برخـی غیر فعال هسـتند و با ورود به آنها می‌بینید که به بسـیاری از پرسش‌های مطرح شده توسط کاربران پاسخی داده نشده.

امـا به غیر از انجام یک جسـتجوی کلی همانند آن چه انجام شـد راه دیگری هم برای جستجو در بین بحث‌های انجمن‌ها وجود دارد. در فصل اول به گزینه‌های سـمت چپ صفحه‌ی گوگل اشـاره شد که با استفاده از آن‌ها می‌توانسـتیم منابع جستجو را تعیین کنیم. برای نمونه برای آگاهی از دلایل سوختن سیم کارت جستجویی در اینترنت انجام دادم که نتیجه‌ی آن در تصویر ۴۱ دیده می‌شود. از آن‌جا که باور دارم در مورد این‌گونه بحث‌ها در تالارهای گفتگو مطالب ارزشمندی پیدا می‌شود از گزینه‌های سمت چپ صفحه روی Discussions کلیک کرده‌ام تا کلمه کلیدی تنها در بین بحث و گفتگوهای تالارها جستجو شود.



تصویر ۴۱

نکته ...

برخی سایت‌های اینترنتی مشهور هستند که کاربران با قالبی متفاوت از انجمن‌ها می‌توانند پرسش‌هایشان را مطرح کنند. در قسمت صفحات زرد که در انتهای کتاب قرار دارد آدرس برخی از این‌گونه سایت‌ها نوشته شده است.

پیدا کردن سایت مورد علاقه از طریق صفحات زرد Yellow Pages

یکی از راه‌های پیدا کردن سایت یا صفحه مورد نظر، استفاده از لیست‌های شاخه‌بندی شدهٔ آماده از صفحات اینترنتی است. به صورت کلی به این شاخه‌بندی اطلاعات و دایرکتوری سازی از آنها، صفحات زرد گفته می‌شود.

مثلاً در صفحات زرد تجاری می‌توانید مشخصات شرکت‌های مختلف تجاری را پیدا کنید. (نظیر کتاب اول خودمان). صفحات زرد اینترنتی نیز همینگونه هستند. مثلاً یک دسته بندی موضوعی انجام شده و در هر رده تعدادی سایت معرفی گشته‌اند. زمانی کتاب‌ها یا CDهای حاوی این اطلاعات در بازار به وفور یافت می‌شدند. یک نمونه کوچک از آنها در انتهای همین کتاب آورده شده است.

پالایش جستجو و حذف سایت‌های مردم آزار

این روزها اینترنت پر شـــده از سایت‌های تبلیغاتی و مزاحم. البته تبلیغ کردن و معرفی محصول کار بدی نیست، بلکه ایجاد مزاحمت و تلف کردن وقت مردم است که ناپسند است. ممکن است به یک صفحه ورزشی بروید و در کنار مطالب آن آگهی‌های فراوانی ببینید. این مســـأله طبیعی اســـت و بخشـــی از اینترنت اســـت. اما گاهی این اتفاق می‌افتد که با جستجوی یک عبارت ســـایتی باز می‌شود که هیچ ارتباطی با کلمه کلیدی داده شده ندارد و فقط انبوهی از آگهی‌های بازرگانی در آن دیده می‌شود. در واقع طراحان اینگونه ســـایت‌ها برای افزایش بازدید کنندگانشان از ترفندها و حیله‌هایی اســـتفاده کرده‌اند تا در صفحه نتایج جســـتجوی گوگل قرار بگیرند اما در عمل محتوایشـــان با عبارت مورد نظر هیچ ارتباطی ندارد. متأسفانه در بین ســـایت‌های فارسی صفحاتی از این دست در حال رشد قارچ گونه هستند و به نوعی که گاهی تا چند صفحه اول نتایج گوگل را چنین ســـایت‌هایی پر می‌کنند و هم وقت کاربر را تلف می‌کنند و هم باعث می‌شوند صفحات مفید و مرتبط دیده نشوند.

راهی که برای مبارزه با پایگاه‌های اینترنتی مزاحم وجود دارد این است که آن‌ها را مسدود (block) کرده و از گوگل بخواهید آن‌ها را از بین نتیجه‌های جستجو حذف کند. روش این کار را در ادامه به شما نشان خواهم داد.

مسدود کردن یک پایگاه ابزار اینترنتی

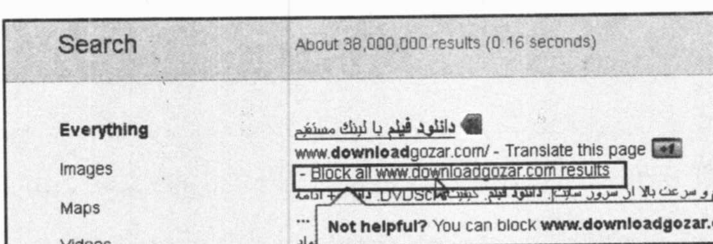
برای این که بتوانید از ابزار مسدود کردن گوگل استفاده کنید باید پیش‌تر در آن ثبت نام کرده و با نام کاربری خود وارد شده باشید (sign in). اگر به گوگل وارد شـــده باشید، نام شما همانند تصویر ۴۲ در گوشه بالای صفحه

نوشته می‌شود. برای آشنایی با روش ثبت نام در گوگل و وارد شدن به آن می‌توانید به کتاب «کلید ایمیل» مراجعه کنید.



تصویر ۴۲

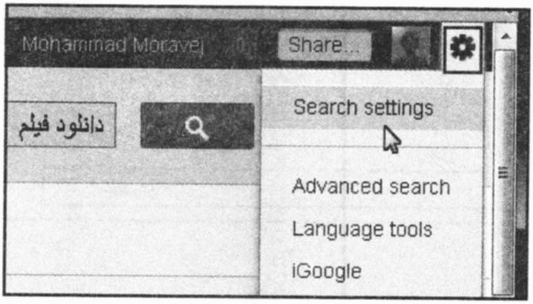
در تصویر ۴۲ جستجو را با کلمه‌ی کلیدی «دانلود فیلم» انجام داده‌ام و فهرست نتایج نمایش داده شده است. روی مورد اول کلیک می‌کنم تا باز شود، سایت را بررسی کرده و با استفاده از دکمه عقبگرد (Back) دوباره بــه صفحه‌ی نتایج برمی‌گردم (تصویر ۴۳). حال در زیر عنوان صفحه‌ای که بازدید کردم گزینه‌ای آمده با نام Block all... به معنی مســدود کردن آن پایــگاه. از آن جا که این پایگاه فیلم‌هــای موجود در بازار ایران را به صورت غیر قانونی و بدون اجازه تولید کننده برای دریافت (دانلود) قرار داده است می‌خواهم آن را مسدود کنم تا دیگر در هنگام جستجو هیچ نتیجه‌ای از این پایگاه نشان داده نشود. پس روی دکمه مسدود کردن (Block) کلیک می‌کنیم تا دیگر گوگل از این سایت نتیجه‌ای نشان ندهد.



تصویر ۴۳

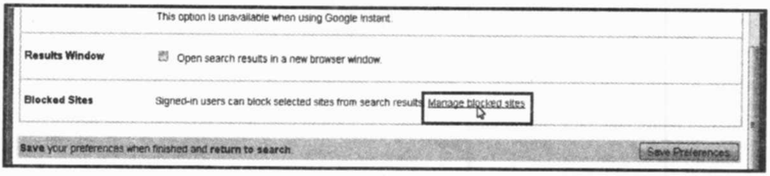
اما اگر بخواهید فهرستی از آدرس‌هایی که مسدود کرده‌اید را ببینید و آن را کم و زیاد کنید، باید گام‌های زیر را دنبال کنید:

۱- در نــوار بالای صفحه‌ی جســتجو روی دکمــه Options (تصویر ۴۴) کلیک کرده و از فهرست باز شده Search Settings را انتخاب کنید.

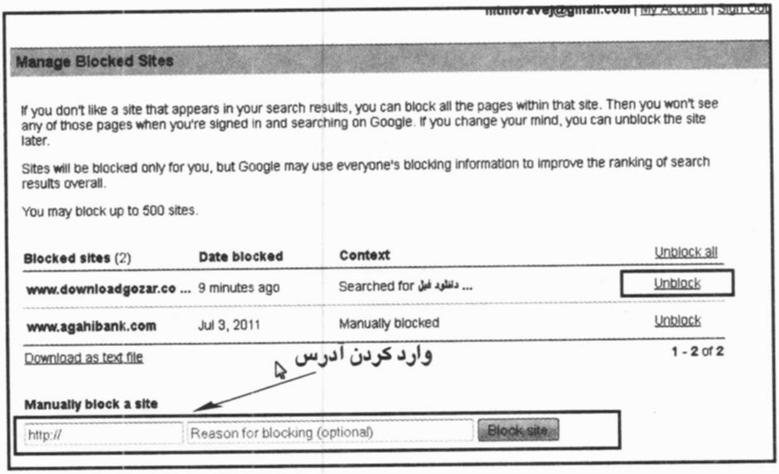


تصویر ۴۴

۲- در صفحه‌ی باز شــده فهرســتی از تنظیمات گوناگونی که می‌توان برای جســتجوی گوگل انجام داد نشان داده شده است. در فصل‌های بعدی با برخی از آن‌ها آشنا خواهید شد. اما اگر به پایین صفحه بروید (تصویر ۴۵) پیوندی را می‌بینید با نام Manage Blocked Sites (مدیریت پایگاه‌های مسدود شده). روی آن کلیک کنید تا پنجره‌ی تصویر ۴۶ باز شود.



تصویر ۴۵



تصویر ۴۶

در این صفحه فهرستی از پایگاه‌های مسدود شده دیده می‌شود. اگر می‌خواهید گزینه‌ی جدیدی را به فهرست بیافزایید در قسمت نشان داده شده آدرس را وارد کرده و روی دکمه **Block Site** کلیک کنید. اما اگر می‌خواهید یکی از صفحات مسدود شده را از فهرست حذف کنید، روی دکمه **Unblock** که در روبه‌روی هرکدام قرار دارد کلیک کنید.

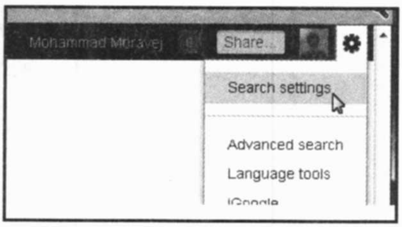
فصل هفتم
دیگر امکانات و تنظیمات Google

گوگل پایگاه بسیار بزرگ و گسترده‌ایست و در واقع یک غول است. امکانات و خدمات آن نیز بسیار متنوع و گسترده هستند. در این فصل می‌خواهیم درباره‌ی برخی از قسمت‌هایی که به کار جستجو مربوط می‌شوند صحبت کنیم. اما به زودی کتابی در مجموعه کلید منتشر خواهد شد که خدمات گوگل را معرفی کرده و آموزش می‌دهد.

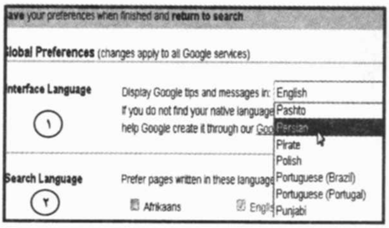
محیط فارسی برای Google

طراحان خوش ذوق و خوش فکر این موتور، یک محیط کاملاً فارسی را برای این سایت ارایه کرده‌اند.

برای فارسی کردن محیط روی دکمه Options (تصویر ۴۷) کلیک و Search Setthigs را انتخاب کنید تا پنجره‌ی تصویر ۴۸ باز شود. (این صفحه همان تصویر ۴۶ است که برای مسدود کردن سایت نیز به آن وارد شدیم).



تصویر ۴۷



تصویر ۴۸

بخش اول از این صفحه زبان محیط کار را مشخص می‌کند (InterfaceLanguage) و برای فارسی کردن محیط کافی است از فهرستی که روبروی آن قرار دارد Persian را انتخاب کنید.

اما در بخش دوم زبان جستجو مشخص می‌شود. یعنی در جستجو صفحاتی که آورده می‌شوند به چه زبانی باشد.

پس از انجام تغییرات روی Save Preferences کلیک کنید تا تغییرات ذخیره شوند. آنگاه محیط فارسی فعال می‌شود و می‌توانید در محیطی کاملاً آشنا و زیبا فعالیت کنید (تصویر ۴۹). اگر کامپیوتر شما قابلیت تایپ فارسی داشته باشد می‌توانید کلمات کلیدی را فارسی تایپ کرده و نتایج جالب آن را ببینید. جالب اینجاست که تمام بخش‌های راهنما و توضیحات google نیز در این حالت کاملاً فارسی و گویا هستند.

نکته ...

اگر می‌خواهید کلمه کلیدی را فارسی تایپ کنید توجه داشته باشید که این مسئله هیچ ارتباطی با زبان محیط کار شما ندارد. یعنی حتماً لازم نیست محیط گوگل فارسی شود تا بتوانید جستجوی فارسی انجام دهید. اما حتماً سیستم عامل شما باید قابلیت فارسی نوشتن داشته باشد.



تصویر ۴۹

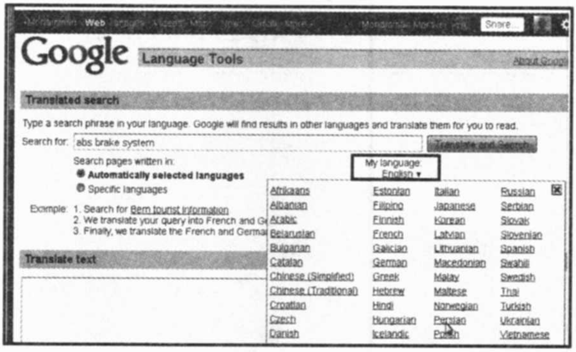
نکته ...

اگر سیستم عامل شما امکان فارسی نوشتن ندارد، می‌توانید از صفحه کلید مجازی که دکمه‌اش در انتهای نوار جستجو قرار دارد استفاده کنید.

برگردان نتایج به زبان فارسی

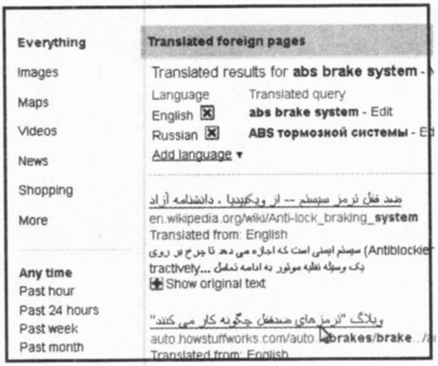
یکی از جدیدترین و جالب‌ترین ابزار گوگل قسمت مترجم آن است. اگر در زبان انگلیسی زیاد قوی نباشید، بخش بزرگی از اطلاعات و منابع علمی و آموزشی موجود در اینترنت را از دست می‌دهید. اما مترجم گوگل می‌تواند کمک کند تا دست کم از اطلاعات متنی و نوشتاری به خوبی استفاده کنید.

برای استفاده از خدمات برگردان متن روی دکمه Options (علامت چرخ دنده در بالای صفحه تصویر ۴۷) کلیک و از فهرست باز شده ابزارهای زبان (Language Tools) را انتخاب کنید. با این کار وارد صفحه‌ی نشان داده شده در تصویر ۵۰ می‌شوید.



تصویر ۵۰

برای نمونه می‌خواهم درباره روش کار و ویژگی‌های ترمز ضد قفل (ABS) تحقیق کوچکی انجام دهم. بدین منظور در قسمت کلمه کلیدی عبارت abs brake system را وارد می‌کنم. سپس در قسمت My Language گزینه‌ی Persian (فارسی) را انتخاب می‌کنم. اکنون با کلیک روی دکمه‌ی Translate and Search جستجو انجام شده و نتایج همانند تصویر ۵۱ به نمایش در می‌آید.



تصویر ۵۱

اولین نتیجه از سایت ویکی‌پدیا و دومین مورد از سایت howstuffworks است که یک پایگاه آموزشی بسیار مفید است. با کلیک روی آن صفحه‌ی به فارسی برگردانده شده همانند تصویر ۵۲ به نمایش در می‌آید.

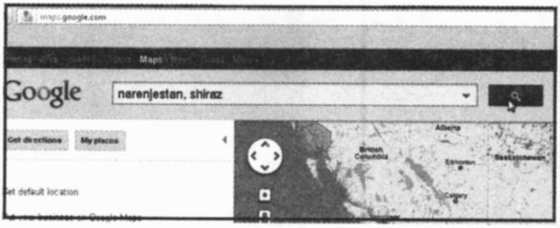


تصویر ۵۲

نکته‌ی زیبا و جالب اینجاست که چهارچوب گرافیکی و طراحی صفحه‌ی ترجمه شده زیاد تغییر نمی‌کند و متن فارسی در همان چهارچوب دیده می‌شود. البته روشن است که این دوست مترجم ما به تمرین و آموزش بیشتری در زبان فارسی نیاز دارد. گرچه با سرعت زیادی که دنیای فناوری حرکت می‌کند به زودی کیفیت بهتری از این‌گونه ابزار در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت.

پیدا کردن راه از چاه با همکاری گوگل

تعدادی از دوستانم برای گردش به شیراز آمده‌اند و می‌خواهم آن‌ها را به دیدن نارنجستان قوام و موزه مردم شناسی ببرم که یکی از مکان‌های بسیار دیدنی شـــهر هستند. از آن‌جا که مدتی است به آن‌جا نرفته‌ام، می‌خواهم به نقشـــه نگاه کنم و مسیری مناســـب پیدا کنم. برای این هدف به سراغ یکی از کاربردی‌ترین ابزار گوگل می‌روم که نامش هســـت «نقشـــه‌های گوگل» (Google maps) پس نشانی اینترنتی آن یعنی maps.google.com را در نوار آدرس نوشته و enter را فشار می‌دهم تا صفحه‌ی جستجوی نقشه‌های گوگل همانند تصویر ۵۳ باز شود.



تصویر ۵۳

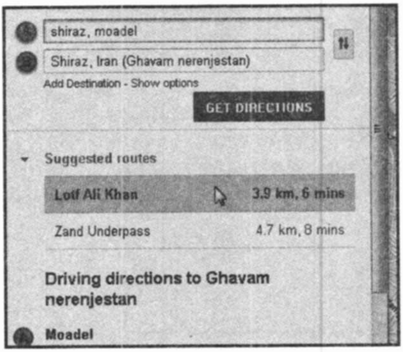
سپس عبارت "narenjestan shiraz" را به عنوان کلیه کلیدی وارد کرده و روی دکمه جســـتجو کلیک می‌کنم. با ایـــن کار نتیجه همانند تصویر ۵۴ نشان داده می‌شود.



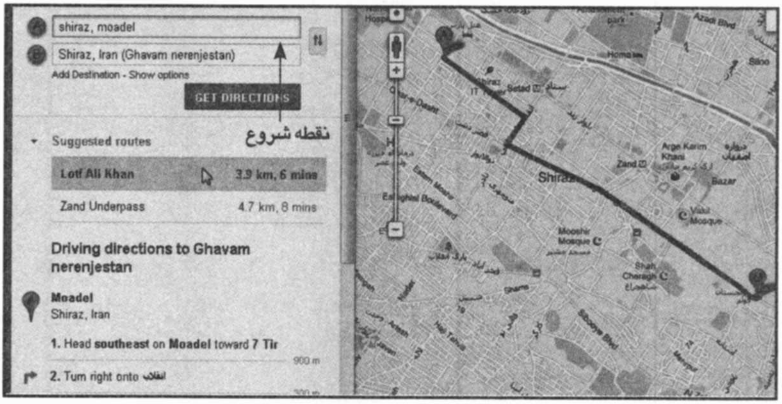
تصویر ۵۴

همان‌گونه که می‌بینید یک نقشه‌ی بسیار کامل و دقیق که محل مورد نظر ما روی آن علامت خورده به نمایش در آمده اســت. خب این خیلی عالی هست، این‌طور نیست؟

اما این همه‌ی کاری که گوگل می‌کند نیست، می‌توانیم مسیرهای ممکن برای رسیدن را نیز از گوگل بپرسیم و خیالمان راحت باشد که آدرس اشتباه هم نمی‌دهد. بدین منظور باید در تصویر ۵۴ روی گزینه Directions کلیک کنیم تا پنجره‌ی تصویر ۵۵ باز شود. با نوشتن نقطه‌ی شروع حرکت در محل نشان داده شده و کلیک روی دکمه GET DIRECTIONS، مسیرهای پیشنهادی همانند تصویر ۵۶ نشان داده می‌شـوند. بـرای نمونـه در این‌جا مسیر اول از خیابان لطفعلی خان زند می‌گذرد که ۳/۹ کیلومتر است و مسیر دوم از زیرگذر زند به طـول ۴/۷ کیلومتـر. با کلیک روی هر کدام از این موارد کل مسیر به صورت رنگی روی نقشه مشخص می‌شـود. جالب اسـت که خیابان‌های یک طرفه نیز شناسایی شده و با در نظر گرفتن این مسـأله مسیرها تعریف شده‌اند. افزون بر نمایش گرافیکی، مسیرهایی که باید پیموده شود نیز به صورت قدم به قدم نوشته شده است. این بخش را در گوشه سمت چپ و پایین صفحه می‌توانید ببینید.



تصویر ۵۵



تصویر ۵۶

آگاهی از آخرین اطلاعات به صورت لحظه‌ای

در هر روز هزاران صفحه‌ی جدید به فضای اینترنت افزوده می‌شود و دنیای اطلاعات موجود در آن مرتب تغییر می‌کند و به روز می‌شود. برای همراه شدن با این روند پر شتاب گوگل ابزاری دارد به نام Alerts. اگر به صفحه‌ی مربوط به این ابزار رفته و کلمه کلیدی مورد نظرتان را وارد کنید، هر گاه صفحه‌ای به بایگانی گوگل اضافه شود که آن کلمه کلیدی را داشته باشد (برای مثال سایتی جدید با آن موضوع ایجاد شده باشد) گوگل یک ایمیل برای شما می‌فرستد و شما را از این موضوع آگاه می‌کند.

برای استفاده از این ابزار آدرس www.google.com/alerts را وارد کنید تا صفحه‌ی آن همانند تصویر ۵۷ باز شود.



تصویر ۵۷

با وارد کردن کلمه کلیدی و آدرس ایمیل در قسمت‌های نشان داده شده و کلیک روی دکمه CREATE ALERT تنظیمات لازم برای آگاه سازی ایجاد و ثبت می‌شود.

برای نمونه با توجه به تنظیمات انجام شده در تصویر ۵۸ از این پس هر گاه صفحه‌ای یا مطلبی درباره‌ی «مجموعه کتاب‌های کلید» در اینترنت قرار بگیرد و گوگل هم آن را ثبت کند این رویداد با ایمیل به من اطلاع داده می‌شود.

فصل هشتم
توضیحات و راهنمایی‌های تکمیلی

مرور چند نکته‌ی تکمیلی

پس از صحبت از تکنیک‌های مختلف جستجو، در اینجا بر این مسأله تأکید می‌کنیم که تمام اینها بخش کوچکی از موفقیت عملیات را شکل می‌دهند. درصد عمدهٔ موفقیت مربوط به صرف وقت و حوصله و تجربهٔ مناسب در انتخاب روش‌های جستجو و کلمه کلیدی است. البته گفتن این موارد نباید شما را نگران کند. شما از همان جستجوی اول می‌توانید نتایج مطلوب خود را پیدا کنید و همین شروع تجربه اندوزی شما می‌شود تا به تدریج سرعت و دقت کارتان بالا رود.

در این بخش قصد داریم نمونه‌ای از این نکات تجربی را بررسی کنیم. هر چند ممکن است برای شما عیناً همین موارد کاربردی نباشد (گرچه دیر یا زود به نمونه‌هایی برخواهید خورد که نکات ارایه شده در آنها کاربرد مستقیم دارد)، اما قطعاً می‌تواند باعث تولید ایده‌هایی در ذهن شود.

جستجو برای یافتن معنی یک عبارت

یکی از موارد شایع، جستجو برای یافتن معنی و مفهوم کلمه یا عبارتی خاص است. مثلاً می‌خواهید تحقیقی دربارهٔ حافظه‌های اصلی کامپیوتر(RAM) انجام دهید. اینکه چه هستند و یکسری اطلاعات علمی مرتبط. برای شروع اولین چیزی که به ذهن هر کس می‌رسد استفاده از خود کلمه RAM به عنوان کلمه کلیدی جستجو است و اشتباه هم نیست. بلافاصله پس از وارد کردن آن و شروع جستجو، با انبوهی از آدرس‌های مرتبط مواجه می‌شوید. اما عیبی که این

کار دارد این است که در این انبوه آدرس، تعداد بسیار زیادی مربوط به شرکت‌ها و سایت‌های اقتصادی و بازرگانی (مثلاً فروش قطعات کامپیوتر و...) می‌شود و در باقیمانده هم باید بسیار بگردید تا به مطلوب خود نزدیک شوید. اما فرض کنید این عبارت را به عنوان کلمه کلیدی استفاده کنیم:

What is ram? (ram چیست؟)

(در بخش جستجوی پیشرفته و در بخش exact phrase)

با این تغییر کلمه کلیدی، خروجی‌ها کاملاً متحول می‌شوند. امتحان کنید.

اما با چه منطقی این کار را انجام دادیم؟ آیا گوگل پرسش ما را درک می‌کند؟ خیر، قطعاً چنین نیست.

همانطور که قبلاً اشاره شد، می‌توانیم با استفاده از منطق خود و تکنیک‌های موجود، مفهوم مورد نظرمان را منتقل کنیم. وقتی تمام عبارت what is ram را جستجو می‌کنیم، سایت‌هایی نشان داده می‌شوند که در آنها جمله what is ram وجود دارد.

خب وقتی صفحه‌ای حاوی این پرسش باشد، پس به احتمال بسیار زیاد پاسخ آن نیز در آنجا خواهد بود. در ادامه به مواردی دیگر از این دست اشاره خواهیم کرد.

آگاهی از نحوه کارکرد یا عملکرد یک وسیله

فرض کنید بخواهید دربارهٔ نحوهٔ عملکرد یا کارکرد چیزی اطلاعاتی بیابید. مثلاً در مورد CPU. یکی از عبارت‌های کلیدی به درد بخور این جمله می‌باشد: how CPU work یا how CPU works

به این معنی که CPU چگونه کار می‌کند.

دانستن همه چیز درباره یک موضوع

یکی از اصطلاحاتی که معمولاً در سایت‌های اینترنتی برای بیان مطالبی درباره یک موضوع استفاده می‌شود اصطلاح "all about" یا « همه چیز در

مورد... » می‌باشـــد. ما هم از همین مسأله برای انجام یک جستجوی مناسب استفاده می‌کنیم:

مثلاً all about DVD

لیست پرسش‌های تکرار شونده

در اکثر سایت‌های آموزشی یا فنی محلی قرار می‌دهند تا مراجعه کنندگان یا مشترکان پرسش‌های خود را قرار دهند و کارشناسان سایت به آنها پاسخ دهند. از آنجا که اکثر این پرســش‌ها ممکن است مشابه باشند و زیاد تکرار می‌شــوند، نام آنها را پرســش‌هایی که اغلب پرســیده می‌شــوند یا FAQS (Frequently Asked Questions) گذاشته‌اند. البته فرستادن پرسش‌ها برای این سایت‌ها همیشه رایگان نیســت، اما دیدن لیست پرسش‌های دیگران و پاسخ‌ها اغلب رایگان می‌باشد و در آنها ممکن است مطالب بسیار جالبی پیدا شود. پس از این مسأله هم می‌توان در ساختن کلمه کلیدی بهره جست. فرض کنید به دنبال اطلاعاتی در مورد زلزله هســتید. علاوه بر ترکیبات دیگری که می‌توانید استفاده کنید، این ترکیب نیز می‌تواند منجر به نتایج جالبی شود:

earthquake FAQ

کــه البته بهتر اســت ایــن نوع ترکیــب را هــم در حالت جســتجو با همــه لغــات all انجــام دهید و هــم در حالت جســتجوی عیــن عبارت exact phrase.

نکات خاص و کلک‌های نرم‌افزارها

هر نرم‌افزاری معمولاً دســتورات و ابزار خاصی دارد که عموم کاربران از آن اطلاع ندارند و به عنوان ظرایف آن نرم‌افزارها یا نکات جالب آنها شناخته می‌شوند و لزوماً هم موارد پیچیده‌ای نیستند و بعضاً بسیار هم ساده هستند.

مثلاً اینکه چگونه در ویندوز گزینه‌های حاضر در راست کلیک کردن را تغییر دهیم یا چگونه Autorun دیسک‌ها را از غیرفعال کنیم و...

اصطلاح فنی که برای این نکات استفاده می‌شود معمولاً tips می‌باشد. پس بهترین کلمه کلیدی برای یافتن چنین اطلاعاتی نیز همین کلمه است. مثلاً اگر بخواهید نکات جالب و خاصی از ویندوز یاد بگیرید، عبارت زیر بسیار مناسب می‌باشد:

Windows tips

و اگر جزیی‌تر کار کنید و نسخه ویندوز را هم مشخص کنید، نتایج بهتر خواهند بود:

Windows xp tips

برای دانستن حقه‌ها یا راه‌های میانبر بازی‌های کامپیوتری آنها از اصطلاح trick استفاده می‌شود. فرض کنید بخواهید درباره راه‌های میانبر برای بازی wolf جستجو کنید:

wolf tricks

یا همزمان: wolf tips tricks

یا wolf tips & tricks

که دوباره باید گفت که سعی کنید این عبارات را هم به‌صورت دقیق exact phrase و هم به‌صورت کلی (all) جستجو کنید.

جستجوگرهای تخصصی‌تر

در اینترنت به غیر از این موتورهای جستجوی کلی و جامع، جستجوگرهای کوچکتر و تخصصی‌تری نیز وجود دارند. بهترین راه برای پیدا کردن آنها هم موتورهای جستجوی اصلی هستند.

فرض کنید می‌خواهید موتور جستجوی ویژه‌ای برای فایلهای mp3 پیدا کنید. اگر در گوگل از این عبارت به عنوان کلمه کلیدی استفاده کنید:

mp3 search engine

تعداد زیادی از این جستجوگرها به شما معرفی می‌شود.
در موارد گسترده‌ای می‌توانید این نوع عبارت را استفاده کنید.
مثلاً برای پیدا کردن چند بانک جستجوی مقاله وارد کنید:

article search engine

پیدا کردن نرم‌افزار راه‌انداز سخت‌افزارها

اگر یک قطعه سخت‌افزاری دارید که نرم‌افزار نصب آن دچار اشکال شده یا قدیمی شده است، می‌توانید نرم‌افزار آنرا به راحتی در اینترنت پیدا کنید. به نرم‌افزار نصب سخت‌افزارها اصطلاحاً driver گفته می‌شود.

مثال- یک چاپگر لیزری از نوع hp1020 در اختیار دارید. اما درایور آن قدیمی شده و در ویندوز ۷ کار نمی‌کند. برای جستجوی درایور جدید و دریافت آن از کلمه‌های کلیدی زیر می‌توانید استفاده کنید.

- Download hp1020 Driver for windows7
- free download hp1020 win7 driver

و مواردی دیگر از این دست.
خب فکر می‌کنم این مثال‌ها یک دید کلی برای جستجو به شما داده باشد.
پس در یک جمع‌بندی کلی مجدداً تأکید می‌شود که:

- تجربهٔ زیاد عامل مهمی در رسیدن به نتیجه مطلوب است. عملیات جستجو ساده و سریع است، اما واقعاً باید حوصله داشته باشید و وقت کافی برای آن صرف کنید و گزینه‌های مختلفی که به ذهنتان می‌رسد را مورد سعی و خطا قرار دهید.

-شروع درست راه جستجو با انتخاب یک کلمه کلیدی منطقی انجام می‌شود. تأکید می‌کنیم " منطقی " نه حتماً " درست ". مثلاً در مثال‌هایی که در بالا آورده شد برای جستجو از منطق کاربردی لغات استفاده کردیم. مانند tip که یک لغت رایج در نرم‌افزارها می‌باشد.

- اگر می‌خواهید یک جستجوی علمی در زمینه رشته خود انجام دهید، سعی کنید حتماً لغت یا اصطلاح صحیح مربوط به آن را استفاده کنید. مراجعه به کتاب‌های تخصصی‌تان قطعاً کمک بزرگی خواهد بود. چرا که اغلب در پی نوشت‌ها یا انتهای کتاب‌ها، لغات تخصصی به زبان انگلیسی نوشته شده‌اند. از واژه نامه‌ها نیز می‌توان استفاده کرد.

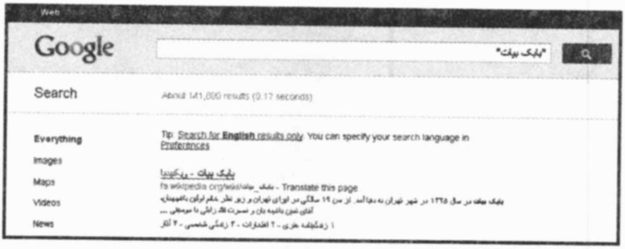
چند مثال کاربردی

در این بخش به بررسی چند مثال کاربردی می‌پردازیم تا هم مروری بر نکات و تکنیک‌های آموزش داده شده انجام داده باشیم و هم به صورت ملموس‌تر و روشن‌تری این واقعیت شیرین که «درباره هر چیزی می‌توان از اینترنت اطلاعات به دست آورد» را مشاهده کنید. به ویژه امکانات جستجوی فارسی که تا یک بار آن را امتحان نکنید سهولت و فراگیری آن را احساس نخواهید کرد.

به مثال‌هایی که در پی آورده می‌شود توجه فرمایید:

- مرحوم بابک بیات که از آهنگ‌سازان و هنرمندان بزرگ کشور بود را خیلی‌ها می‌شناسند. به ویژه موسیقی سریال سلطان و شبان که از کارهای خاطره‌انگیز اوست را همه در یاد دارند. شاید بخواهید درباره او یا افراد دیگری مانند او اطلاعات بیشتری پیدا کنید. این کار را با استفاده از امکان جستجوی فارسی که در گوگل و برخی دیگر از موتورهای جستجو وجود دارد می‌توانید به راحتی انجام دهید. پس صفحه کلید را وارد حالت تایپ فارسی

کرده (کلید میانبر آن در ویندوز معمولا فشردن همزمان کلید Ctrl و Shift سمت راست صفحه کلید است) و در نوار جستجو یک گیومه باز کرده، بابک بیات را تایپ می‌کنیم سپس گیومه را بسته و Enter را فشار می‌دهیم تا جستجو با عین عبارت موردنظر انجام شود. نتیجه همانند تصویر ۵۸ نمایش داده می‌شود.



تصویر ۵۸

خب مشاهده کردید که تعداد زیادی صفحه برگردانده شده است. حتی می‌توان با استفاده از عبارت انگلیسی، مثلا babak bayat نیز جستجو را انجام داد.

بدین ترتیب به راحتی می‌توانیم در مورد هر شخصی که خواستیم در اینترنت به جستجو بپردازیم. نویسنده، نقاش، آهنگ‌ساز، کارگردان، سیاست‌مدار و...

یک عبارت خاص نیز برای جستجو درباره هویت و تاریخچه افراد در اینترنت زیاد استفاده می‌شود و آن عبارت who is x است. مثلا می‌خواهید درباره سوابق مارتین لوترکینگ، رهبر مبارزات بزرگ سیاهان آمریکا اطلاعاتی به دست آورید. تایپ کنید:

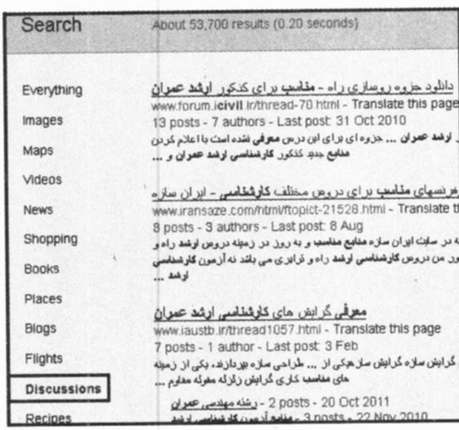
Who is martin luther king

- اگر جزو آن دسته از افرادی هستید که این روزها در حال آماده شدن برای کنکور هستند، می‌توانید خوشحال باشید که ابزاری به نام اینترنت در اختیار دارید. زیرا نمونه پرسش‌های کنکور و مطالب

درسی مفیدی را می‌توان در اینترنت یافت. برای نمونه کلمه‌های کلیدی زیر می‌تواند شروع خوبی باشد:

- نمونه سؤالات کارشناسی ارشد عمران
- دانلود سؤالات کارشناسی ارشد مکانیک ۹۰

و ترکیب‌هایی مانند آن. البته ممکن است سایت‌های تبلیغاتی و مزاحم زیادی را هم در فهرســـت ببینید. در این صورت بهتر است آن‌ها را مسدود کنید تا در جستجوهای بعدی پدیدار نشوند.



تصویر ۵۹

اگر به دنبال این هستید که منابع مناسب برای مطالعه را از دیگران بپرسید یا درباره کتاب‌های موجود و یا آموزشـــگاه‌های مناسب با دیگران بحث و تبادل نظر کنید، می‌توانید کلمه‌های کلیدی مناسبی را انتخاب و جستجو را نیز بیشتر در انجمن‌های گفتگو و یا در وبلاگ‌ها انجام دهید. برای نمونه در تصویر ۵۹ گزینه‌ی Discussions را از قسمت سمت چپ انتخاب کرده‌ام تا جستجو فقط در بین بحث‌ها انجام شود. (درباره‌ی این تنظیمات در فصل اول صحبت شده است)

یــک منبع عالی برای یادگیری اســتفاده از اینترنت و به دســت آوردن مهارت‌های لازم در آن خود اینترنت اســت. لازم نیست برای یادگرفتن هر موضوعــی صرفاً کتاب‌های موجود در بــازار را ورق بزنید. به ویژه درباره موضوعات نو و جدید که اسپم یکی از این موارد است.

نامه‌های ناخواسته یا مزاحم (Spam) به یکی از مشکلات عدیده استفاده کنندگان از پست الکترونیکی تبدیل شده است. آیا می‌خواهید بدانید که این نامه‌ها چه هستند و چگونه ایجاد می‌شوند و راه‌های مقابله با آنها چیست؟ بهترین گزینه برای یافتن پاسخ استفاده از اینترنت است. ترکیبات متنوعی از کلمات کلیدی قابل استفاده هستند. نظیر:

- Spam
- What is spam? (جستجوی عین عبارت)

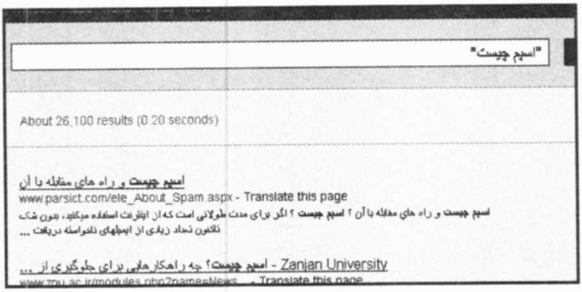
یا استفاده از معادل فارسی آن. در فارسی به آنها هرزنامه گفته می‌شود:

– هرزنامه یا اسپم چیست؟ (تصویر ۶۰)

– شــاه کولی‌ها یا Gipsey King را می‌شناســید؟ تا به حــال چند آلبوم از آهنگ‌های این گروه و کتاب ترانه‌هایش در ایران چاپ شده است. شاید بخواهید به دنبال متن ترانه‌هایش در اینترنت بگردید. به این متن (یعنی همان شعرها) lyrics گفته می‌شود. پس می‌توانید وارد کنید:

gipsey lyrics

یا Gipsey king lyrics



تصویر ۶۰

جستجو را هم در حالت «با همه کلمات» انجام دهید و هم با «عین عبارت».

- برای پروژه درسی خود نیاز به تحقیقی درباره سونامی دارم و باید آن را به صوت اسلاید برای کلاس ارائه کنم. وقت چندانی هم برای جستجو در بین مطالب مختلف ندارم. یکی از منابعی که می‌تواند کمک بسیاری به من کند فایل‌های پاورپوینتی هستند که به صورت آماده در اینترنت قرار دارند. یعنی شخصی اسلایدهای لازم را آماده کرده و در اینترنت قرار داده.

لذا جستجوی خود را محدود به این نوع فایل می‌کنم. با نوشتن کلمه کلیدی بدین صورت تعداد زیادی اسلاید در مدت زمان کوتاهی پیدا کردم:

tsunami filetype: ppt



چرا که پسوند فایل‌های پاورپوینت (powerpoint) با ppt مشخص می‌شود و به همین دلیل در جستجو از آن استفاده کردم. (تصویر ۶۱)

تصویر ۶۱

اگر از صفحه‌ی جستجوی پیشرفته استفاده می‌کردم دیگر نیاز به تایپ دستور filetype نبود (فصل دوم).

- یکی از بخش‌های بسیار مفید و پرطرفدار در اینترنت سایت‌های مربوط به بهداشت و سلامت و تغذیه هستند. خوشبختانه در این زمینه سایت‌ها و انجمن‌های گفتگوی زیادی به زبان فارسی وجود دارد. البته این نکته را نباید از نظر دور داشت که اطلاعات موجود در این صفحات را نباید هرگز بدون رأی و نظر یک پزشک یا متخصص به کار بگیرید و خود را بی‌نیاز از مراجعه به آن‌ها بدانید. دوستی داشتم که نشانه‌های ناراحتی جسمی‌اش را در اینترنت جستجو کرده بود و به این نتیجه رسیده بود که به سرطان مبتلا شده است و چند ماهی زندگی تلخی برای خود ساخته بود. اما وقتی بالاخره به یک پزشک مراجعه کرد فهمید که از یک بیماری ساده رنج می‌برده و به راحتی نیز درمان شد. امیدوارم تنتان همواره بی‌نیاز از طبیب باشد اما این ماجرا را برایتان تعریف کردم تا بگویم که استفاده از انبوه اطلاعات موجود در اینترنت اگر با آگاهی و روش درست نباشد گاه می‌تواند بسیار زیان‌بخش باشد. اما بعد از این صحبت‌ها خوب است چند مثال را نیز با هم بررسی کنیم.

- می‌گویند زعفران بسیار نشاط آور است و حتی اگر کسی از آن زیاد بخورد مرتب می‌خندد! هر چند گران بودن این ماده غذایی باعث می‌شود کمتر کسی تا این حد از آن مصرف کند، اما همین گران بودن باعث شده است که نمونه‌های تقلبی زیادی از آن وارد بازار شود. برای همین می‌خواهم اطلاعاتی درباره‌ی زعفران‌های تقلبی و روش تشخیص آن‌ها پیدا کنم. در تصویر ۶۲ جستجو را با استفاده از کلمه کلیدی «روش شناسایی زعفران تقلبی» انجام داده‌ام که نتیجه را می‌بینید:



تصویر ۶۲

خیلی وقت‌ها با نگاهی به نتایج به دست آمده می‌توان ایده‌هایی برای ساختن کلمه‌های کلیدی بهتر به دست آورد. برای مثال به نظر می‌رسد ترکیب‌های زیر نیز برای جستجو مناسب باشند:

مشخصات زعفران اصل، تشخیص زعفران خالص، تشخیص زعفران تقلبی و ...

- مدتی پیش به دلیل نشستن زیاد پشت میز و به روش نامناسب دچار کمر درد شدم. از آن جا که شنیده بودم برخی حرکت‌های ورزشی برای بهبود درد مناسبند به گوگل مراجعه کرده و با استفاده از عبارت کلیدی «ورزش‌های مفید برای کمر درد» جستجویی را انجام دادم. البته درباره حرکت‌های آموزش داده شده با یک فیزیوتراپ نیز مشورت کردم تا از درستی مطالب مطمئن شوم.

همان‌گونه که در این مثال‌ها دیده شد، در هر زمینه‌ای می‌توان در اینترنت جستجو کرد و اطلاعات بسیار ارزشمندی به دست آورد. اگر در این زمینه تمرین و تجربه اندوزی کنید، خواهید دید که به زودی اینترنت و جستجو در آن به یک بخش مهم و کاربردی از زندگی‌تان تبدیل می‌شود. برخی از زمینه‌هایی که به زبان فارسی نیز اطلاعات بسیار زیادی در موردشان وجود دارد این‌ها هستند: کارهای هنری و عکاسی، آشپزی، مکانیک خودرو (برای

مثال شـــاید بخواهید درباره روغن موتور مناسب برای خودرویتان پرس و جو کنید)، پزشکی، تغذیه، مهندسی، کاریابی و ... به ویژه اگر دانش‌آموز و یا دانشـــجو هستید، جزوه‌های آموزشی و مطالب درسی زیادی را می‌توانید در اینترنت پیدا کنید.

و اما به عنوان آخرین ســـخن از این فصل این پیشـــنهاد را بیان می‌کنم که هر گاه در هر زمینه‌ای پرسشی برایتان ایجاد شد، در اولین گام به اینترنت رفته و جستجو را از آن جا شروع کنید. البته بنا بر موضوع مورد نظر سنجش درستی و اعتبار مطالب را نیز همواره باید در نظر داشته باشید و روشن است که این پیشنهاد به معنی جایگزینی اینترنت با کتاب‌ها و منابع معتبر نیست و باید جایگاه هر کدام را شناخت و استفاده مناسب را از هر منبعی انجام داد.

فصل نهم
جستجوی علمی

انجــام تحقیقات علمی و جســتجو در اینترنت بــرای یافتن آخرین اطلاعــات و نوآوری‌های مربوط به یــک موضوع، دلیل عمده مراجعه به موتورهای جســتجو می‌باشد. به ویژه در کشور ما که قشر اصلی استفاده کننده از اینترنت اساتید و دانشجویان و دانش‌آموزان هستند. اما اکثر افراد در زمینه پیدا کردن مطلب دلخواه با مشکلات زیادی روبرو می‌شوند. در بخش‌های گذشته نکته‌ها و تکنیک‌های مختلف علمی و تجربی برای بالا بردن توانایی‌های جستجو توضیح داده شد.

اما در این فصل می‌خواهم به اختصار، از بانک‌های اطلاعاتی تخصصی و سایت‌هایی که ویژه پژوهشگران و دانشگاهیان هستند صحبت کنم.

قالب‌های قرارگیری مطالب علمی در اینترنت

مطالب علمی به صورت‌های گوناگونی در اینترنت یافت می‌شوند که آشــنایی با آنها می‌تواند به پیدا کــردن مطلبی هر چه نزدیکتر به موضوع موردنظــر کمک کند. در ادامــه توضیحات مربوط بــه این صورت‌های گوناگون آورده شده است.

عمومی‌تریــن حالت، ارایه مطالب علمی به‌صــورت مقاله (paper و article) است.

خود این مقاله به دو صورت کلی می‌تواند باشد.

یکی اینکه مقاله‌ای از یک مجله علمی باشد که در این‌صورت از منبع آن با عنوان journal (به معنی نشــریات) نام برده می‌شــود و دیگر اینکه

مقاله‌ای درج شده در یک سایت علمی باشد. مثلاً یک استاد دانشگاه در سایت خود یا یک سایت علمی اقدام به درج آن نماید.

مقاله‌ها معمولاً به دو صورت چکیده (abstract یا extract) یا کامل (Full text) ارایه می‌شوند.

در سایت‌های مربوط به کنفرانس‌های علمی نیز مقالات فراوانی یافت می‌شود.

حالت دیگر که ممکن است با آن روبرو شوید، کتاب‌های الکترونیکی هستند. این کتاب‌ها به صورت فایل‌های PDF منتشر می‌شوند.

همچنین ممکن است مطلب پیدا شده گزارشی (report) از کار یک تیم تحقیقی روی موضوعی خاص باشد.

و یا مقالاتی که ماحصل مطالعه و بررسی یک یا چند مقاله درباره موضوعی خاص باشد که به آنها state of the art گفته می‌شود. این نوع مقالات به نوعی گلچین و چکیده از منابع مختلفی هستند که در پایان مطلب نیز این مراجع معرفی می‌شوند.

در سایت برخی شرکت‌ها نیز مطالب علمی جالبی پیدا می‌شود. مانند شرکت‌هایی که یک پروژه علمی و عملی کار کرده‌اند و نتایج مطالعات و آزمایش‌های علمی خود را به عنوان یک سند منتشر کرده‌اند که به آنها گزارش علمی پروژه و یا سند پروژه گفته می‌شود. (Project Documents)

نکته ...

۱ـ مقالاتی که از منبع نشریات علمی (JOURNAL) هستند اغلب به‌صورت مجانی ارائه نمی‌شوند یا حداکثر ممکن است چکیده آنها مجانی باشد. اما برای دریافت متن کامل باید هزینه‌ای بپردازید. مقالات کنفرانس‌های علمی نیز اغلب به همین صورت هستند.

۲ـ اکثر افراد برای تحقیق به دنبال منابعی می‌گردند که از نظر تاریخ بسیار جدید باشند. اما به یک مساله باید توجه کنید و آن این است که مقالات جدید کمتر مجانی پیدا می‌شود و معمولاً هزینه‌ای حداقل برابر ۱۰ تا ۱۵ دلار باید برای آنها پرداخت کنید. اما برخی سایت‌ها پس از گذشت مدت زمانی مقالات قدیمی‌تر را به صورت مجانی ارائه می‌کنند. همچنین در منابع وب (web sources) و نه نشریات (journal) راحت‌تر از ژورنال‌های الکترونیکی پیدا می‌شود.

بانک‌های اطلاعاتی علمی و تخصصی

این روزها در اثر رشد و توسعه در زمینه فناوری اطلاعات و شبکه اینترنت و همچنین با بهره‌گیری از وجود فایل‌های پی دی اف (PDF) تعداد بسیار زیادی از مجله‌های علمی و تخصصی به صورت الکترونیکی و اینترنتی منتشر می‌شوند. به همین دلیل دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی روز به روز بودجه‌ی بیشتری برای تهیه و استفاده از این منابع که بسیار پربار و گران‌بها هستند اختصاص می‌دهند.

اما با گسترش منابع الکترونیکی نیاز به ابزاری که بتوان در میان این حجم انبوه جستجو کرد و اطلاعات لازم را پیدا کرد نیز بیشتر شده است. از این رو پایگاه‌های اطلاعاتی زیادی ایجاد شده‌اند که کارشان ثبت و نگهداری این نشریات و یا فراهم کردن امکان جستجو در آن هاست. یک بخش مهم در جستجوی مقاله‌ها و استفاده از آن‌ها امکان بررسی مراجع و استنادهایی است که در آن مقاله شده است؛ و یا از طرفی دیگر ممکن است بخواهید

بدانید از یک مقاله در چه جاهای دیگری استفاده شده و در کجا به آن استناد شده است که در همه این موارد امکانات جستجوی بسیار کامل و مفیدی در اختیارمان قرار دارد. افزون بر اینکه مراجعی که در هر مقاله وجود دارند به صورت پیوند (Link) هستند و با کلیک روی آن‌ها می‌توان به سرعت آن مراجع و استنادها را دید.

نکته ...
برای این که بتوانید از مقاله‌هایی که دریافت می‌کنید به خوبی استفاده کنید و از تمام ابزار و امکاناتی که فایل‌های پی‌دی‌اف دارند بهره‌مند شوید، پیشنهاد می‌کنم کتاب کلید PDF را حتماً مطالعه کنید. زیرا قابلیت‌های موجود در این فایل‌ها بسیار بیشتر از آن چیزی است که گمان می‌رود.

به پایگاه‌هایی که فهرست مراجع و استنادها را به صورت پیوند در اختیار کاربران می‌گذارند پایگاه با نمایه استنادی (Citation Index) گفته می‌شود.

در حال حاضر شرکت‌های بسیار بزرگی در دنیا در زمینه تولید بانک‌های اطلاعاتی کار می‌کنند که بزرگ‌ترین آن‌ها Thomson ISI است. ISI کوتاه شده‌ی کلمه Institute for Scientific Information به معنی مؤسسه اطلاعات علمی است.

اعتبار علمی نشریات نمایه شده در این پایگاه تا آن جایی است که دانشگاه‌های سراسر دنیا ملاک امتیازدهی مقالات نوشته شده توسط پژوهشگران را چاپ آن مقاله‌ها در نشریات ISI می‌دانند. سایتی که خدمات این شرکت را ارائه می‌کند پایگاه دانش نام دارد و نشانی‌اش این است:

www.isiwebofknowledge.com

اما بانک اطلاعاتی بزرگ دیگری که در اینترنت وجود دارد الزویر (Elsevier) است که یک ناشر بزرگ بین‌المللی هم در زمینه منابع چاپی و هم منابع اینترنتی است. سایت‌های مشهور Sciverse، Sciencedirec، Scopus از جمله پایگاه‌های اینترنتی این شرکت هستند که Sciverse در واقع مجموعه‌ای از پایگاه‌های گوناگون این شرکت است که به نوعی در یک جا مجتمع شده‌اند.

برای سنجش اعتبار علمی یک مقاله یا نشریه افزون بر این که ناشر آن مهم است، از پارامتر دیگری هم استفاده می‌شود که رایج‌ترین آن‌ها ضریب تأثیر (Impact Factor) یا به صورت خلاصه IF است. این ضریب نسبتی است از استنادهایی که به یک مقاله شده به مجموع مقالاتی که در ۲ سال آخر در آن مجله چاپ شده است. در واقع هر چه در مقالات و پژوهش‌ها به یک مقاله‌ی خاص بیشتر استناد شود اعتبار آن بیشتر می‌شود. البته استفاده از این معیار مخالفان و منتقدان زیادی دارد و به همین دلیل پارامترهای دیگری مانند II (Imediacy Index), AI (Article Influence) و EF (Eigenfactor) توسط برخی مؤسسات و پژوهشگران پیشنهاد شده‌اند. برای آگاهی از روش محاسبه‌ی IF و EF، AI، II می‌توانید با جستجوی معمولی در اینترنت اطلاعات زیادی به دست آورید. در سایت ISI بخشی وجود دارد به نام JCR (Journal Citation Reports) که گزارش و فهرستی است از اعتبار نشریات علمی که ملاک مهم آن همین ضریب تأثیر (IF) مقالات هر نشریه است.

در ادامه به معرفی روش استفاده از این بانک‌های اطلاعاتی و برخی موارد مشهور و مفید دیگر می‌پردازیم. اما قبل از آن لازم به گفتن است که استفاده از مقالات مجله‌ها نیازمند پرداخت هزینه اشتراک است که معمولاً کتابخانه‌های دانشگاه‌های کشور مشترک تعدادی از این سایت‌ها هستند.

البته برخی از سـایت‌ها مانند Sciencedirect بدون اشـتراک نیز امکان جسـتجو را فراهم می‌کنند، اما در برخی دیگر حتی برای جسـتجو نیز باید مشترک شده باشید. پس ابتدا کار را با پایگاه‌های رایگان شروع می‌کنیم.

جستجوی تخصصی با Google Scholar

جستجو در بین منابع علمی، تخصصی و دانشگاهی زمینه ایست که گوگل نخواسته از آن عقب بماند و به همین منظور یک موتور جستجوی تخصصی را با آدرس scholar.google.com راه‌اندازی کرده است.

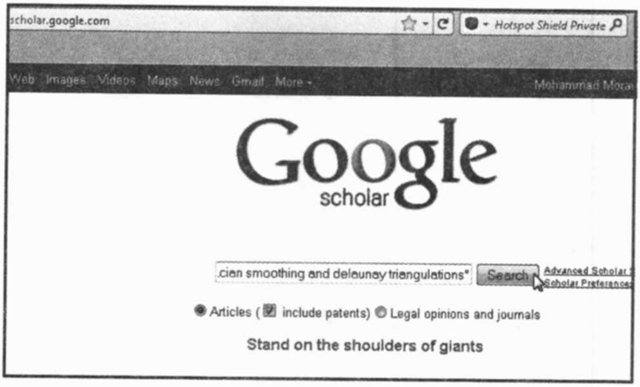
استفاده از بانک‌های اطلاعات علمی به دو صورت کلی است. یک حالت این است که به دنبال مطالبی درباره‌ی موضوع خاصی می‌گردیم؛ و حالت دیگر زمانی است که اطلاعات استنادی یک مقاله را در اختیار داریم و می‌خواهیم اصل مقاله را بیابیم. برای نمونه در تصویر ۶۳ بخش منابع از یک نوشتار علمی نشان داده شده است.

REFERENCES

[1] F. J. Bossen and P. S. Heckbert, *A pliant method for anisotropic mesh generation*, in Proceedings of the 5th International Meshing Roundtable, 1996, pp. 63–74.
[2] S.-W. Cheng, T. K. Dey, H. Edelsbrunner, M. A. Facello, and S.-H. Teng, *Sliver exudation*, in Symposium on Computational Geometry, 1999, pp. 1–13.
[3] H. Edelsbrunner, *Geometry and Topology for Mesh Generation*, Cambridge University Press, 2001.
[4] D. Field, *Laplacian smoothing and delaunay triangulations*, Comm. in Applied Numerical Methods, 4 (1988), pp. 709–712.
[5] ———, *Qualitative measures for initial meshes*, International Journal for Numerical Methods in Engineering, 47 (2000), pp. 887–906.

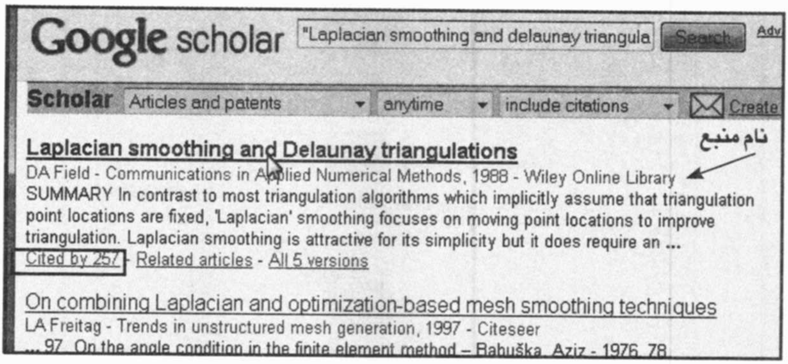
تصویر ۶۳

اکنون برای مطالعه بیشـتر می‌خواهم منبع شماره ۴ که یک مقاله از مجله Comm. In Applied Numerical Methods است را پیدا کنم. بدین منظور صفحه‌ی گوگل اسکالر را همانند تصویر ۶۴ باز کرده و عنوان مقاله (title) را به صورت کامل در نوار جستجو وارد می‌کنم.



تصویر ۶۴

با فشردن دکمه‌ی جستجو نتایج همانند تصویر ۶۵ نمایش داده می‌شوند.



تصویر ۶۵

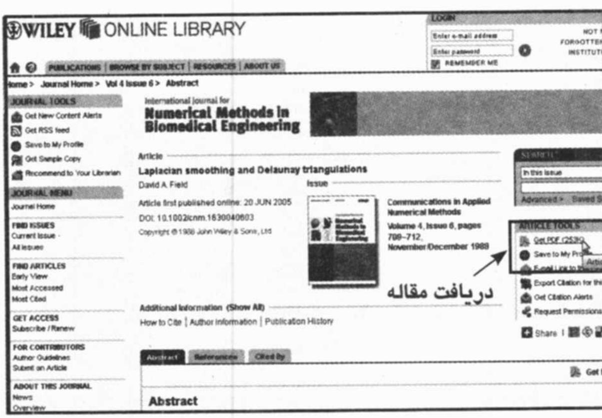
نکته ...

از آن‌جا که عنوان مقاله به روشنی معلوم است و دقیقاً به دنبال همین عنوان هستم و نه عنوان مشابه دیگر، از گیومه استفاده کردم تا جستجو به صورت دقیق (exact phrase) انجام شود.

مواردی که در صفحه‌ی نتایج دیده می‌شود بدین شرح هستند:

در ابتدای هر نتیجه عنوان مقاله یا نوشـــتار علمی که کلمه کلیدی در آن یافت شـــده دیده می‌شود و در زیر آن نام منبع و سپس خلاصه‌ای از مطلب. بعد از توضیحات تعداد استنادهایی که به این مقاله شده با عبارت Cited by نشان داده شده است. (در این‌جا ۲۵۷ مورد) با کلیک روی Related articles هم می‌توان مقاله‌های دیگری مرتبط با موضوع این مقاله را دید.

با نگاه کردن به صفحه‌ی نتایج می‌توان فهمید موردی که به دنبالش هستیم همین اولین نتیجه است. زیرا در بقیه موارد عنوان با چیزی که جستجو کردیم متفاوت است. با کلیک کردن روی مورد اول صفحه‌ی سایت ناشر که انتشارات وایلی است همانند تصویر ۶۶ باز می‌شود.



تصویر ۶۶

در این صفحه می‌توان چکیده مقاله (Abstract) را دید. برای دریافت مقاله نیـــز باید روی دکمه Get PDF کلیک شـــود. اما اگر روی آن کلیک کنیم، در صفحه بعدی نام کاربری و رمز پرســـیده می‌شود. این مسأله نشان می‌دهد که دریافت مقاله از این سایت رایگان نیست و باید مشترک آن باشیم. هر دانشگاه

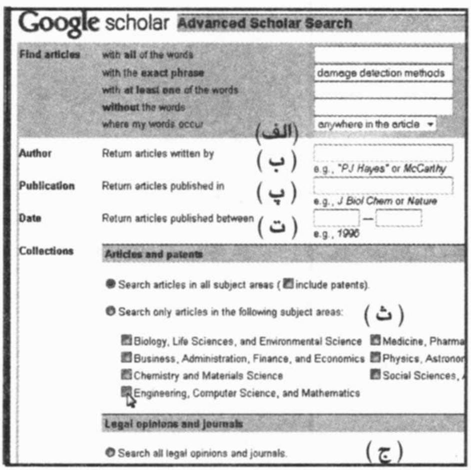
معمولاً با چند پایگاه علمی اشتراک دارد و هزینه‌های اشتراک سالانه را پرداخت کرده‌است. ولی دانشجویان باید در محل دانشگاه و از رایانه‌های همان‌جا به این سایت وصل شوند تا شناسایی شوند. هر چند در برخی موارد خاص ممکن است دانشگاه امکان وصل شدن از بیرون از محیط را نیز فراهم کند.

نکته ...

اگر در کنار یک عنوان از عبارت (PDF) استفاده شده باشد، بدین معنی است که فایل پی‌دی‌اف آن مقاله قابل دیدن و دریافت کردن است. در این موارد می‌توانید روی عنوان کلید راست را فشرده و با انتخاب Save Target آن فایل را روی رایانه خود ذخیره کنید.

جستجوی پیشرفته

اگر در صفحه اول (تصویر ۶۴) روی Advanced Scholar Search کلیک کنید، صفحه‌ی جستجوی پیشرفته علمی همانند تصویر ۶۷ باز می‌شود.



تصویر ۶۷

چهار قاب اول برای وارد کردن کلمه‌های کلیدی هستند که درست همانند صفحه‌ی جستجوی پیشرفته که در فصل دوم توضیح داده شد کار می‌کنند. پس از آن‌ها گذر کرده و به بخش‌های بعدی می‌پردازیم:

(الف) در این قسمت محل جستجوی کلمه کلیدی تعریف می‌شود. اگر بخواهید عبارتی که وارد کرده‌اید فقط در عنوان مقاله‌ها جستجو شود، باید این بخش را روی in the title... تنظیم کنید. اما اگر می‌خواهید عبارت در همه جای مقاله‌ها جستجو شود، (عنوان، چکیده متن، کلمه‌های کلیدی و فهرست منابع) گزینه‌ی anywhere را انتخاب کنید.

(ب) در این قسمت می‌توانید نام نویسنده مقاله را مشخص کنید.

(پ) نام انتشارات یا مجله را می‌توانید در این جا وارد کنید.

(ت) این بخش مربوط می‌شود به تاریخ یا بازه‌ی زمانی مورد نظر که باید سال را به میلادی وارد کرد.

(ث) برای تعریف و محدود کردن زمینه و رشته‌ی علمی مطالبی که جستجو می‌شوند می‌توانید از این قسمت استفاده کنید. برای مثال ممکن است کلمه‌ی کلیدی مورد نظر هم در مهندسی (Engineering) کاربرد داشته باشد و هم در پزشکی (Medicine). در این حالت با انتخاب گزینه‌ی مطلوب می‌توان فهرست نتایج را محدودتر کرد.

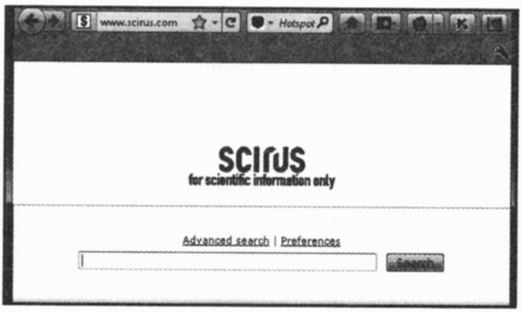
جستجویی برای حقوق‌دان‌ها

یکی از امکانات این بخش از گوگل جستجو در بین پرونده‌های قضایی در دادگاه‌های آمریکا و رأی‌های صادر شده است. هر چند ممکن است برای کاربران ایرانی این بخش کارایی زیادی نداشته باشد اما برای آگاهی علاقمندان اشاره‌ی کوچکی به آن می‌کنم. اگر در صفحه‌ی اول (تصویر ۶۴)

گزینه‌ی Legal Opinions که در زیر قاب مربوط به کلمه کلیدی قرار دارد را انتخاب کنید، کلمه کلیدی داده شده در بین رأی‌ها و پرونده‌ها و مجلات حقوقی جستجو می‌شود. در قسمت (ج) از صفحه‌ی جستجوی پیشرفته نیز می‌توان نوع دادگاه و ایالت را تعریف کرد.

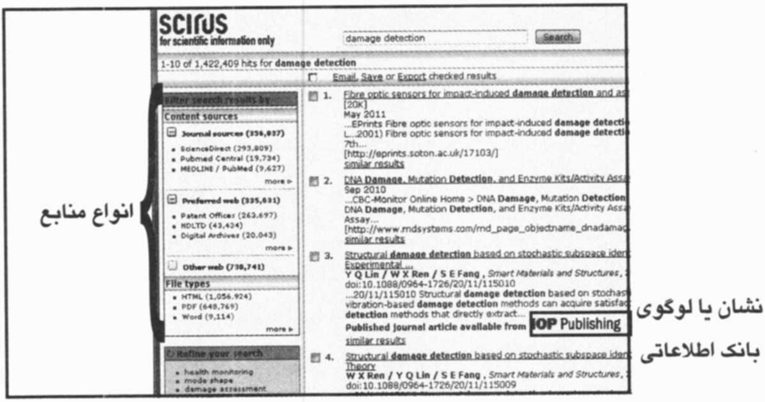
استفاده از Scirus و تجربه‌ای شیرین

سایت سـایروس به آدرس www.scirus.com یک موتور جستجوی علمی کارآمد و قوی است که به شرکت الزویر (Elsevier) تعلق دارد.
با وارد شدن به این پایگاه صفحه‌ی اول آن همانند تصویر ۶۸ باز می‌شود.



تصویر ۶۸

می‌خواهم پژوهشی درباره‌ی روش‌های تشخیص خرابی در سازه‌ها انجام دهم. برای این منظور کلمه کلیدی را در قاب جسـتجو وارد کرده و روی دکمه Search کلیک می‌کنم تا نتایج همانند تصویر ۶۹ نشان داده شود.



تصویر ۶۹

اگـــر نتیجه‌ای که یافت شـــده مربوط به یک بانـــک اطلاعاتی خاص و شـــناخته شده باشد، نشـــان آن همانند تصویر ۶۹ در پایین هر مورد نمایش داده می‌شود.

نتایجی که این ســـایت نشان می‌دهد از منابع گوناگونی هستند. اطلاعات آماری منابع در سمت چپ صفحه قابل دیدن است و روی هر کدام که کلیک شـــود فقط نتایج مربوط به آن منبع نمایش داده می‌شـــود. انواع منابع در ادامه معرفی می‌شوند.

اولین مورد در این فهرســـت Journal Sources اســـت به معنی مجله‌ها. منظور از مجله یا ژورنال نشریات علمی معتبری هستند که مقالات چاپ شده در آنها توســـط داوران بازبینی و تأیید شده‌است. به این نوع مجله‌ها و مقاله‌ها Peer- Reviewed (بازبینی شـــده توسط یک شخص) گفته می‌شود. در این بخش هر کدام از منابع به صورت جداگانه نیز درج شده است. برای مثال می‌توان دید که ۲۹۳۸۰۹ مورد از نتایج از بانک اطلاعاتی Science Direct هستند.

مورد دوم یعنی Prefferred Web مجموعه‌ای از سایت‌های علمی معتبر و تخصصی هستند که اطلاعات ارزشمندی همچون گزارش‌های علمی، پایان‌نامه‌ها، گزارش اختراع‌ها و مانند آن در آن‌ها یافت می‌شوند.

اطلاعات مربوط به موردهای اول و دوم اغلب هزینه بردار هستند. اما در مورد سوم که با عنوان Other Web مشخص شده بیشتر می‌توان منابع رایگان پیدا کرد. این بخش بیشتر صفحات مؤسسه‌های علمی و دانشگاه‌ها، سایت کنفرانس‌ها و یا اساتید را در برمی‌گیرد. در زیر این قسمت بخشی به نام File types وجود دارد که نوع فایل‌ها و تعدادشان را معلوم کرده است. برای مثال اگر بخواهیم فقط فایل‌های پی‌دی‌اف نمایش داده شوند، باید روی PDF کلیک کنیم.

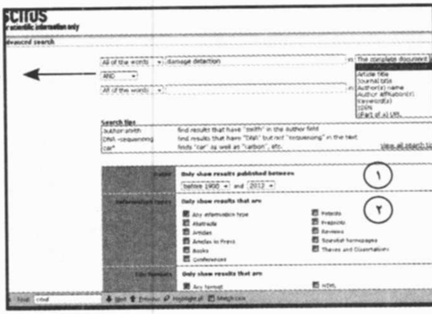
و در آخر در پایین این قسمت (سمت چپ صفحه) بخشی وجود دارد به نام پالایش نتایج جستجو (Refine...) در این قسمت تعدادی از کلمه‌های کلیدی که در مقالات جستجو شده یافت شده‌اند نمایش داده شده است که می‌توانند ایده‌هایی برای تکمیل جستجو باشند. برای مثال یکی از این موارد mode shape است و از آن‌جا که زمینه‌ی خاصی که می‌خواهم مطالعه کنم همین مورد است روی آن کلیک می‌کنم تا از بین نتایج فقط آن‌هایی که به مسأله mode shape مربوط هستند به نمایش درآیند.

جستجوی پیشرفته

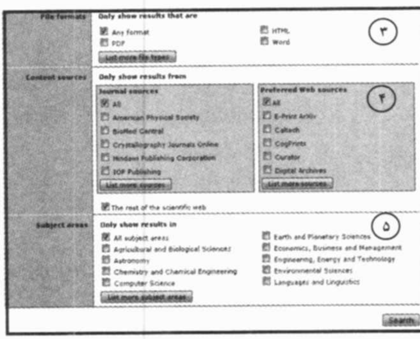
در سایت سایروس نیز صفحه‌ای برای تنظیمات جستجوی پیشرفته وجود دارد که به کاربران کمک می‌کند نتایج مورد نظر را با سرعت و دقت بیشتری به دست آورند.

برای وارد شدن به جستجوی پیشرفته باید روی Advanced Search (تصویر ۶۸) کلیک کنید تا صفحه‌ی آن همانند تصویرهای ۷۰ و ۷۱ باز شود:

عملگر ترکیبی



تصویر ۷۰



تصویر ۷۱

در ابتـــدای صفحـــه دو ردیف برای وارد کردن کلمه وجـــود دارد و در هر ردیف ســـه قاب خالی. در قاب اول باید حالت جســـتجو را مشـــخص کرد (جســـتجو با عین عبارت و ...). در قاب دوم باید کلمه‌های مورد نظر وارد شـــود و در قاب سوم می‌توانید مشـــخص کنید که این عبارت در چه بخش‌هایی از مقاله جستجو شود:

- در کل متن (Complete Document)
- در عنـــوان مقالـــه (Article Title): یعنی کلمه کلیدی در عنوان مقاله وجود داشته باشد.
- در عنوان مجله (Journal Title)
- در نام نویسندگان مقاله‌ها (Authors)

و یـــا در بین کلمات کلیدی هر مقاله (Keywords). برخی متون علمی و همه مقاله‌ها بخشی در صفحه ابتدایی دارند که کلمات کلیدی آن مقاله را نوشته است.

اما در ردیف دوم می‌توانید عبارت دیگری را وارد کنید تا در ترکیب با عبارت ردیف اول جســتجو شود. نوع این ترکیب را باید از فهرست میانی انتخاب کنید.

بــرای مثــال می‌خواهید درباره خــاک (Soil) تحقیقاتی انجــام دهید اما نمی‌خواهید در نتایج مطلبی درباره خاک رس وجود داشــته باشــد. در این حالت Soil را در ردیف اول وارد کرده و Clay را در ردیف ســوم. ســپس از فهرست میانی ANDNOT را انتخاب کنید و جستجو را انجام دهید.

افزون بر این‌ها در ادامه صفحه نیز تنظیمات کاربردی دیگری وجود دارد که در تصویرهای ۷۰ و ۷۱ مشخص هستند و در این‌جا به ترتیب آن‌ها را بررسی می‌کنیم.

۱- مشــخص کردن تاریخ انتشار مقاله یا بازه‌ی زمانی که می‌خواهید مقاله مربوط به آن دوره باشد.

۲- مشــخص کردن نــوع اطلاعات: چکیده مقــالات (Abstracts)، مقاله، کتاب، سایت شرکت‌ها، کنفرانس‌ها، اختراعات (Patents) و ...

۳- مشخص کردن قالب فایل

۴- منبع اطلاعات: دو دســته‌ی کلی با نام نشریات (Journal) و منابع وب (Web Sources) وجود دارند که قبلاً هم در موردشــان صحبت شد و در این‌جــا می‌توانید در هر مورد منابع را محدودتر کرده و برخی منابع خاصی که آن‌ها را می‌شناسید و می‌خواهید انتخاب کنید.

اگر روی دکمه List more کلیک کنید، فهرست کامل‌تری نشان داده می‌شود. برای مثال در فهرست منابع وب گزینه‌ای با نام MIT Open courseware وجود دارد که مربوط به دانشـــگاه MIT اســـت و به زودی در بخش جستجو در منابع رایگان در مورد آن بیشتر صحبت خواهیم کرد.

۵- بخش آخر مربوط می‌شود به انتخاب زمینه علمی و رشته‌ای جستجو. خیلی وقت‌ها پیش می‌آید که یک عبارت یا اصطلاح در رشته‌های گوناگونی کاربرد دارد و با انجام جســـتجو بر اساس آن انبوهی از نتایج از رشته‌های متفاوت روی صفحه می‌آید. برای پرهیز از این مسأله در این قسمت می‌توان حدود رشته و تخصص را مشخص کرد.

نگاهی به پایگاه بزرگ Science Direct

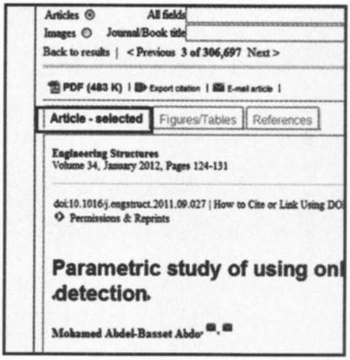
صفحه‌ی اول این سایت در تصویر ۷۲ نشان داده شده است. برای جستجوی سریع درباره‌ی یک موضوع کافی است کلمه کلیدی مورد نظر را در قاب All fields وارد کرده و دکمه‌ی جستجو را که در تصویر ۷۲ مشخص شده کلیک کنید.



تصویر ۷۲

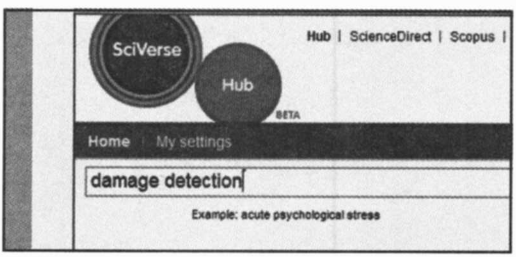
با این کار فهرست نتایج همانند تصویر ۷۲ نشان داده می‌شود. در کنار هر کدام از نتایج علامتی قرار گرفته که نشان می‌دهد دانشگاه شما یا محلی که از آن به این سایت مراجعه کرده‌اید با ژورنالی که مقاله در آن پیدا شده مشترک هست یا خیر. (علامت نشان دهنده اشتراک و علامت نشان دهنده‌ی نداشتن اشتراک است)

با کلیک روی عنوان مقاله‌هایی که یافت شده صفحه‌ی مربوط به آن همانند تصویر ۷۳ باز می‌شود. اگر به نشریه‌ای که مقاله را منتشر کرده مشترک باشید، می‌توانید به متن کامل مقاله (Full-Text) دسترسی پیدا کنید و با کلیک روی دکمه PDF می‌توانید فایل پی‌دی‌اف مربوط به آن را دریافت کنید. اما اگر مشترک نباشد، تنها می‌توانید چکیده مقاله را ببینید.



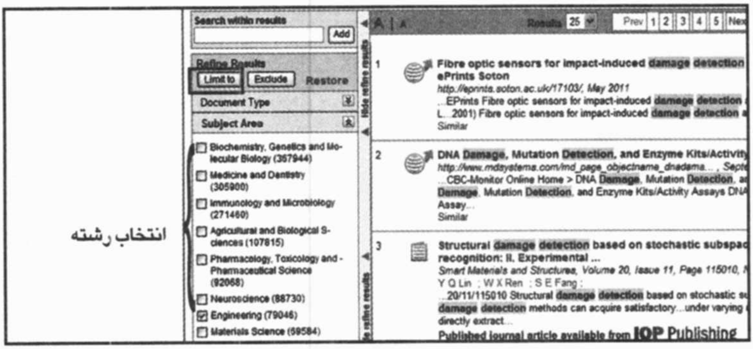
تصویر ۷۳

همان‌گونــه که قبلاً توضیح داده شــد به تازگی محیــط جدیدی به نام سایورس نیز ایجاد شده که اطلاعات موجود در پایگاه‌های گوناگون اِلزویر را به صورت یکپارچه ارایه می‌کند. اگر در بالای صفحه‌ی اول (تصویر ۷۲) روی گزینه Hub کلیک کنید، محیطی همانند تصویر ۷۴ باز می‌شود.



تصویر ۷۴

با وارد کردن کلمه کلیدی و فشـــردن اینتر فهرست نتایج همانند تصویر ۷۵ به نمایش در می‌آید. اگر کلمه‌ی کلیدی انتخابی در رشته‌های گوناگونی کاربـــرد دارد، برای محدود کردن و پالایش نتایج، رشـــته مـــورد نظر را از فهرست Subject Area که در سمت چپ صفحه قرار دارد انتخاب کرده و روی دکمه Limit To کلیک کنید.



تصویر۷۵

نکته ...

معمـولاً درکتابخانـه هر دانشـگاه جزوه‌های آموزشـی دربـاره‌ی بانک‌های اطلاعاتی دیجیتالی که دانشگاه اشتراکش را خریداری کرده است تهیه شده و به رایگان در اختیار دانشجویان و اساتید قرار داده می‌شود.

جستجو برای یک مقاله‌ی خاص

اگر بخواهیم مقاله‌ای خاص را جســـتجو کنیم، این کار را باید بر اســـاس اطلاعات موجود از آن مقاله انجام دهیم. این اطلاعات بدین شرح هستند:

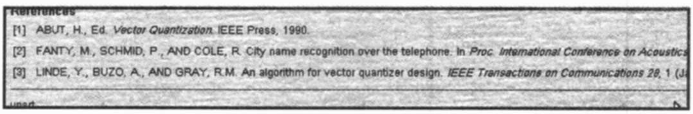
- نام نویسنده مقاله (Author)
- عنوان مجله (Journal Title)

سالِ انتشار (Volume) که با عدد تاریخ سال و یا عددی که نشان دهنده شماره سال انتشار باشد مشخص می‌شود.

- شماره منتشر شده در سال (Issue)
- شماره صفحات (Page)

در فهرست منابع معمولاً شماره سال انتشار را با کلمه Vol نشان می‌دهند و بعدش شـــماره را می‌نویســـند و پس از قرار دادن یک ویرگول، شماره‌ی انتشار در آن سال (یا همان Issue) را درج می‌کنند.

اگر از کلمه Vol اســتفاده نشود، شـــماره مربوط به آن را به صورت کج (Itallic) می‌نویســـند ولی شماره Issue همواره صاف نوشته می‌شود (مانند تصویر ۷۶). البته روش نوشـــتن منابع دارای اســـتانداردهای متفاوتی است. برای نمونه در استاندارد IEEE ابتدا شماره Volume نوشته می‌شود و سپس در یک پرانتز شـــماره مربوط به Issue. (مانند فهرســـت تصویر ۶۳) با در دست داشتن این اطلاعات یا بخشی از آن‌ها می‌توان قاب‌های مربوط به هر کدام را که در نوار بالای صفحه سایت Science direct (تصویر ۷۲) قرار دارد پر کرد و جستجو را انجام داد.

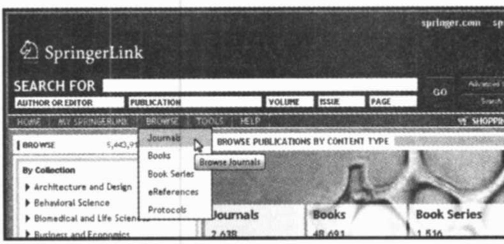

References
[1] ABUT, H., Ed. *Vector Quantization.* IEEE Press, 1990.
[2] FANTY, M., SCHMID, P., AND COLE, R. City name recognition over the telephone. In *Proc. International Conference on Acoustics*
[3] LINDE, Y., BUZO, A., AND GRAY, R.M. An algorithm for vector quantizer design. *IEEE Transactions on Communications 28*, 1 (J

تصویر ۷۶

جستجوی تصاویر علمی در Springer Link

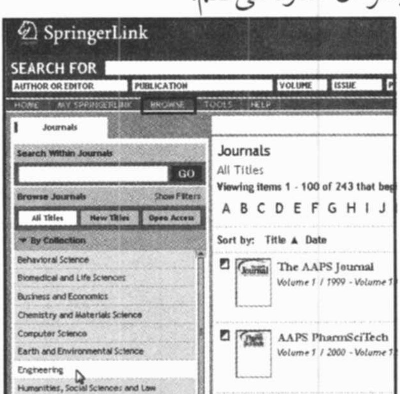
انتشارات اسپرینگر که یک غول انتشاراتی در دنیا به حساب می‌آید در زمینه بانک‌های اطلاعاتی علمی و تخصصی نیز ســابقه درخشـــانی دارد و در کنار منابع چاپی، منابع الکترونیک و آنلاین بســـیار گسترده و متنوعی را

ارائه می‌کند. در سایت اصلی این شرکت که در تصویر ۷۷ نشان داده شده است (www.springerlink.com)، امکان جستجو در بین مقاله‌ها، کتاب‌ها، گزارش‌های کنفرانسی و انبوهی از داده‌ها علمی معتبر وجود دارد. جستجو در سایت برای همگان امکان پذیر است و می‌توان چکیده مقالات را خواند. اما برای خواندن متن کامل (Full Text) یا باید هزینه پرداخت کنید و یا از راه دانشگاهی که با آن مشترک است وارد شوید.



تصویر ۷۷

از آن جا که روش‌های جستجو در این سایت به ساینس دایرکت شباهت‌های زیادی دارد از نوشتن درباره روش‌های جستجوی مقاله در آن پرهیز و فقط به دو مورد از امکانات دیگر آن اشاره می‌کنم.

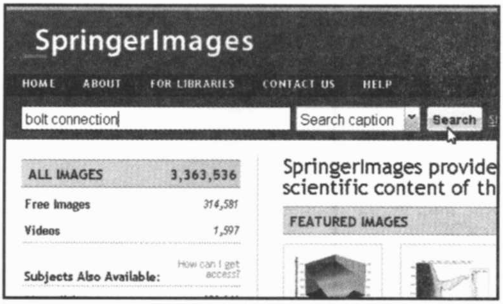


تصویر ۷۸

اگر می‌خواهید فهرستی از ژورنال‌های معتبری که در زمینه رشته شما منتشر می‌شوند را ببینید، روی دکمه BROWSE کلیک کرده و Journals را انتخاب کنید. با این کار فهرستی از مجله‌ها به ترتیب حروف الفبا نمایش داده می‌شوند. (تصویر ۷۸).

در سمت چپ این صفحه تنظیماتی برای محدودتر کردن نتایج وجود دارد. برای مثال با کلیک روی Engineering فقط مجله‌های مهندسی نشان داده می‌شوند و یا اولین مورد در فهرست مربوط می‌شود به علوم رفتاری.

در کنار جستجوی معمولی سایت اسپرینگر امکان جستجو در بین تصاویر مقاله‌ها و دیگر منابع خود را برای همگان فراهم کرده‌است و حتی افرادی که مشترک سایت نیستند نیز می‌توانند از این امکان استفاده کنند. برای استفاده از این ابزار آدرس www.springerimages.com را در نوار آدرس مرورگرتان وارد کنید تا صفحه‌ی آن همانند تصویر ۷۹ باز شود.



تصویر ۷۹

با وارد کردن کلمه کلیدی و کلیک روی دکمه Search تعداد زیادی عکس، جدول و نمودار که مرتبط با موضوع هستند و از دل مقاله‌ها بیرون کشیده شده‌اند نمایش داده می‌شود. در تصویر ۸۰ نتیجه‌ی جستجو با استفاده از کلمه کلیدی bolt connection (اتصالات پیچی) نمایش داده شده است.



تصویر ۸۰

با کلیک روی هر نتیجه آن عکس با ابعادی بزرگ‌تر نمایش داده می‌شود و بخش‌هایی از مقاله‌ای که به آن عکس اشاره دارد نیز آورده می‌شود. (تصویر ۸۱)



تصویر ۸۱

به نظر من این بخش بسیار جالب و کاربردی است و نوع جدیدی از روش‌های جستجو را در پیش روی کاربر می‌گذارد. امیدوارم برای شما نیز جذاب و کاربردی باشد.

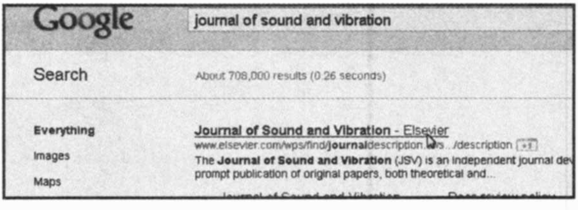
درباره‌ی دیگر بانک‌های اطلاعاتی

سوای مواردی که تا این جا اشاره کردیم و صحبت شد، جستجوگرها و بانک‌های اطلاعاتی علمی و تخصصی بسیار زیاد دیگری هم هستند که هر کدام در رشته‌ای خاص دارای نام و اعتبار هستند. البته مواردی که معرفی کردیم طیف بسیار وسیعی را در بر می‌گیرند و بسیاری از بانک‌های اطلاعاتی را پوشش می‌دهند. اما برای استفاده از هر بانک اطلاعاتی لازم است که دانشگاه شما اشتراک آن بانک را خریداری کرده‌باشد. پایگاه‌هایی مانند Emerald، EBSCO، IEEE و Engineering village تنها بخشی از این دنیای گسترده علم و دانش هستند که اشاره شد.

بررسی نمایه شدن یک ژورنال در ISI

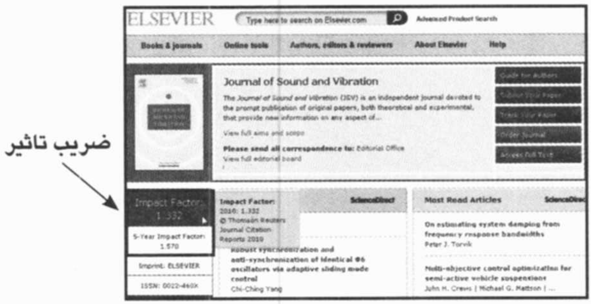
در ابتـــدای فصل درباره‌ی پایگاه Thomson ISI و اعتبار مجله‌هایی که در آن نمایه شـــده و شاخص تأثیر (ضریب تأثیر: IF) که به آن‌ها اختصاص می‌یابد صحبت کردیم. به دلیل همین اعتبار و ارزش علمی پژوهشـــگرانی که می‌خواهند کارهایشان را چاپ کنند معمولاً ابتدا آی‌اس‌آی بودن مجله را بررسی می‌کنند و سپس مقاله‌شان را می‌فرستند. در این قسمت می‌خواهیم روش جستجوی وضعیت یک مجله را بررسی کنیم.

برای جستجوی نشریات نمایه شده در ISI باید به سایت تامسون مراجعه کنید که البته برای این کار حتماً باید مشـــترک ســـایت باشید. البته در سایت تامسون یک بخش برای جستجوی مجله‌ها وجود دارد که فهرست کلیه نشریات موجود در سایت را نشان می‌دهد و به آن Master Journal List) MJL) گفته می‌شود. آدرس صفحه‌ی جستجو هم این است: .Science.thomsonreuters com/mjl البته مجله‌های این فهرست لزوماً رتبه ISI نگرفته‌اند. نام مجله‌های رتبه‌دار در فهرست JCR درج می‌شود و همان طور که گفته شد برای دیدن آن باید جزو مشترکان سایت باشید. اما برای بررسی وضعیت نشریه یک راه حل خوب مراجعه کردن به سایت آن نشریه است. برای مثال می‌خواهیم ببینیم آیا مجله Sound and Vibration دارای رتبه هست یا نه. برای این کار نام مجله را همانند تصویر ۸۲ در گوگل جستجو می‌کنم.



تصویر ۸۲

اولین نتیجه‌ای که به دست آمد مربوط به صفحه‌ی این نشریه در سایت Elsevier است. روی آن کلیک می‌کنم تا صفحه‌ی اول آن همانند تصویر ۸۳ باز شود.

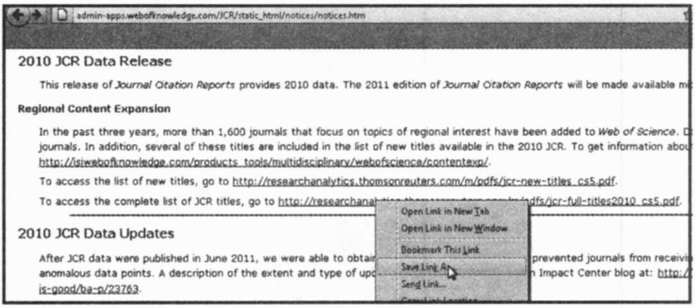


تصویر ۸۳

در این صفحه اطلاعات و پیوندهای گوناگون دیده می‌شود. (مانند گزینه فرستادن مقاله برای چاپ) یکی از این اطلاعات ضریب تأثیر مجله است که در سمت چپ نوشته شده و نشان می‌دهد که این مجله در ISI نمایه شده و رتبه گرفته است و در گزارش استنادی مجلات (JCR) این رتبه درج شده است. اگر همانند تصویر روی قسمتی که ضریب تأثیر نوشته شده کلیک کنیم، می‌بینیم که اشاره شده این رتبه بر اساس گزارش JCR سال ۲۰۱۰ اعلام شده است. زیرا گزارش استنادها در هر سال منتشر می‌شود و رتبه مجله‌ها تغییر می‌کند.

اگر به سایت تامسون دسترسی اشتراکی ندارید و می‌خواهید فهرست JCR را ببینید، زیاد نگران نباشد. زیرا با یک جستجوی ساده در گوگل می‌توانید فایل مربوط به آن را به دست آورید. در تصویر جستجو را با کلمه کلیدی download isi jcr 2010 انجام داده‌ام. جالب است که اولین پیوند که اتفاقاً از خود سایت web of knowledge هم هست پیوند دریافت فایل

را قرار داده است (تصویر ۸۴) پس روی پیوند مربوط به آن کلید راست را فشرده و Save Link را کلیک می‌کنم تا فایل PDF مربوط به آن روی رایانه‌ام ذخیره شود. این فایل را حتی با جستجو در سایت و وبلاگ‌های فارسی نیز می‌توانید پیدا کنید.



تصویر ۸۴

جستجو در سایت web of knowledge

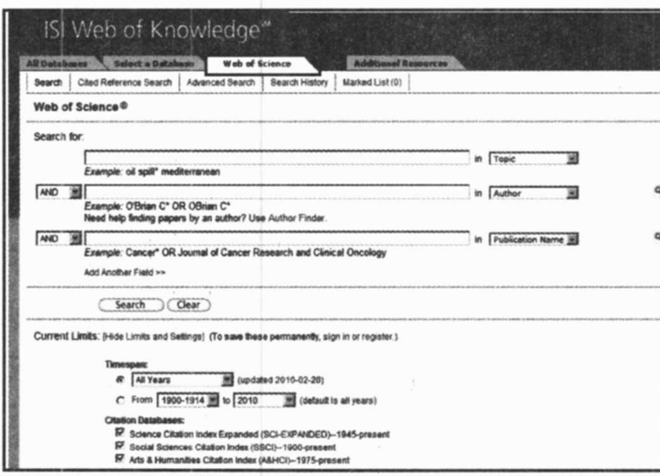
برای وارد شدن به این سایت می‌توانید از یکی از آدرس‌های زیر استفاده کنید:

www.isiwebofknowledge.com

www.webofknowledge.com

این سایت به افرادی که مشترک نیستند حتی اجازه جستجو هم نمی‌دهد. به همین دلیل از خانه نمی‌توانید در این سایت جستجو کنید. با وارد شدن به این سایت سربرگ‌های جستجو همانند تصویر نمایش داده می‌شوند. در سربرگ اول که All Databases نام دارد جستجو در همه‌ی منابع موجود سایت انجام می‌شود. اما اگر سربرگ web of science انجام شود جستجو فقط در منابع معتبر و شناخته شده علمی انجام می‌شود. گزینه‌های جستجو

همان گونه که در تصویر ۸۵ دیده می‌شـــود شـــباهت زیادی دارد به دیگر جستجوگرهایی که معرفی کردیم. گزینه‌هایی همچون نوع ترکیب کلمه‌های کلیدی (AND، OR، و...) و یا محل وقوع کلمه کلیدی (در نام نشـــریه، نام نویســـنده و ...) اکنون دیگر برایتان آشناســـت. البته هر کدام از این پایگاه‌ها دارای ابزار و امکاناتی هســـتند که بسیار بیشـــتر از آن چیزیست که در این کتاب اشاره شد و برای آگاهی از آن‌ها باید راهنمای اختصاصی هر پایگاه را تهیه کرده و مطالعه کنید. اگر مایل به دریافت برخی از این فایل‌های راهنما هستید یک ایمیل به آدرس من بفرستید.



تصویر ۸۵

معرفی پایگاه اطلاعاتی Civilica و جستجوی منابع فارسی

در چند سال گذشته یک بانک اطلاعاتی ایرانی به نام سیویلیکا راه‌اندازی شـــده است که منابع علمی خوبی در اختیار کاربران می‌گذارد. در ابتدا این بانک محدود بود به رشته عمران که اکنون توسعه یافته و تمامی رشته‌ها را

در بر می‌گیرد. مقاله‌های ارائه شـــده در کنفرانس‌ها و همایش‌های داخلی و برخی مجله‌های علمی داخلی و خارجی بخشـــی از منابع علمی هستند که در این سایت می‌توان در میان آن‌ها جستجو کرد.

برای وارد شـــدن به این بانک اطلاعاتی آدرس آن یعنی www.civilica.com را وارد کنید تا صفحه‌ی اول آن همانند تصویر ۸٦ نمایش داده شود.



تصویر ۸٦

البته برای این که بتوانید از خدمات این ســـایت بهره ببرید باید هزینه پرداخـــت کنید. روش پرداخـــت هزینه در این ســـایت همانند همتاهای خارجی‌اش بر دو نوع است. یک حالت این است که مقاله‌ای را جستجو کـــرده و برای دریافـــت آن هزینه‌هایی پرداخت می‌کنید. بـــه این حالت پرداخـــت بـــه ازای هر مطالعـــه (Pay Per view) گفته می‌شـــود. حالت دیگر این اســـت که یک حق اشـــتراک کلی پرداخت کرده و در ســـایت مشترک می‌شوید. این اشـــتراک هم می‌تواند به صورت شخصی باشد و هم دانشـــگاهی. در حال حاضر تعداد زیادی از دانشگاه‌های کشور عضو این پایگاه هستند.

برای وارد شـــدن به صفحه‌ی جســـتجوی مقاله کافی اســـت در بالای صفحه روی پیوند جســـتجو در مقالات کلیک کنید تا صفحه‌ی جســـتجو

همانند تصویر ۸۷ باز شود. از آن‌جا که تمامی بخش‌های این سایت به زبان فارسی است و با توجه به مطالبی که در قسمت‌های قبل درباره فرآیند کلی جستجوی علمی و مقاله‌ها فرا گرفته‌اید به نظر می‌رسد از هرگونه توضیحی درباره روش استفاده بی‌نیاز باشم. با کمی کند و کاو و گردش در این سایت بخش‌های جالبی خواهید یافت.



تصویر ۸۷

نکته ...

یکی از بخش‌های جالب در این پایگاه بخش تقویم کنفرانس‌هاست که در آن اطلاعات کاملی از کنفرانس‌ها و همایش‌های علمی که در کشور برگزار می‌شود و تاریخ‌های فراخوانشان دیده می‌شود.

جستجو در منابع علمی رایگان

هنگام معرفی بیشتر سایت‌های علمی و تخصصی صحبت از حق اشتراک کردیم و پرداخت هزینه. زیرا بیشتر بانک‌های اطلاعاتی علمی و تخصصی پولی هستند. اما اگر برای انجام یک پژوهش علمی نمی‌خواهید به غیر از زمان و هزینه اشتراک اینترنت هزینه‌ی دیگری پرداخت کنید،

نگران و ناامید نباشید. دنیای اطلاعات در اینترنت آن قدر گسترده و پر بار است که در منابع رایگان نیز اطلاعات بسیار ارزشمندی می‌توان یافت.

برای دسترســی به منابع رایگان بیشترین چیزهایی که نیاز دارید اینها هستند: وقت، حوصله و مهارت کافی در جستجو در اینترنت. مهارت نیز با تمرین و تجربه و مطالعه به دست می‌آید.

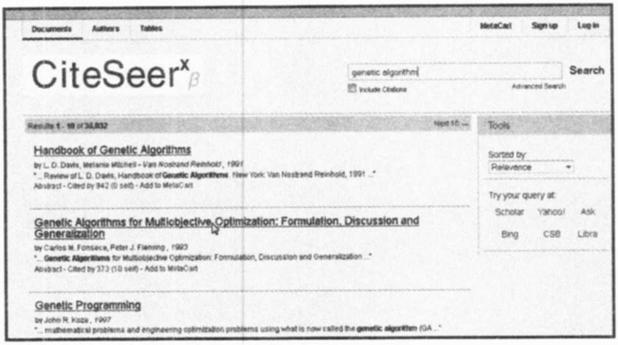
برای مثال حجم زیادی از جزوه‌های درســی و نمونه پروژه و تمرین در اینترنت قرار گرفته اســت که با انتخاب کلمه‌های کلیدی مناســب و جستجو می‌توانید به آن‌ها دست پیدا کنید.

برخی از ســایت‌های جستجوگر علمی همانند Scirus جستجو را در منابع رایگان که بعضاً ارزشــمند هم هستند انجام می‌دهند. همان‌گونه که اشــاره شد این منابع بیشتر در دسته‌بندی Preffered web source جای می‌گیرند. و یا دیدید که با جســتجوی تصویرهای علمی در اســپرینگر مطالب خوبی می‌توان به دســت آورد. اما در کنار این‌ها ســایت‌هایی هم هســتند که خدمات رایگان بســیار با ارزشــی ارائه می‌کننــد و در ادامه تعدادی از آن‌ها را معرفی می‌کنم.

جستجوی رایگان در Cite Seer و Highwire

پایگاه Citeseer یکی از منابع مقاله‌های رایگان در زمینه کامپیوتر و فناوری اطلاعات است. نشانی اینترنتی آن چنین است: Citeseer.ist.psu.edu

برای مثال می‌خواهم اطلاعاتی فنی و معتبر درباره‌ی روش بهینه‌یابی الگوریتم ژنتیک به دست آوردم. این روش در بسیاری از رشته‌های علمی کاربرد دارد اما اساس و مفاهیم آن به دامنه رشته مهندسی کامپیوتر مربوط می‌شود و برای همین در این سایت درباره‌ی آن جستجو می‌کنم. (تصویر ۸۸)



تصویر ۸۸

مانند این سایت پایگاه دیگری وجود دارد با نام Highwire که متعلق است به دانشگاه استنفورد و نشریات حوزه‌ی پزشکی را پوشش می‌دهد. برای وارد شدن به این سایت از این نشانی اینترنتی استفاده کنید: highwire.stanford.edu

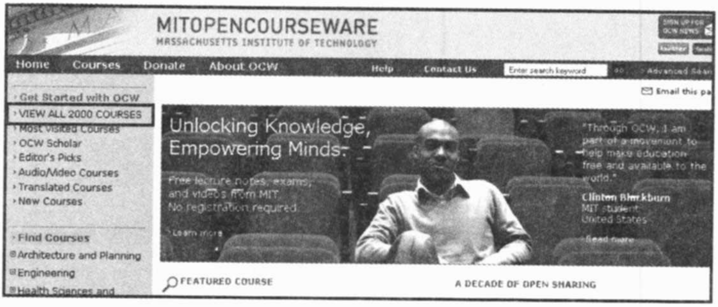
حضوری پرشکوه در کلاس‌های درس دانشگاه MIT

شــهرت دانشــگاه MIT به ویژه در نزد دانشجویان و اســاتید رشته‌های فنی بیشــتر از آن اســت که نیاز به بیان داشته باشد. دانشگاهی که همواره در رده‌بندی‌هــا در رتبه‌های اول تا دهم جهان قرار می‌گیرد. همین شــهرت که البته به دلیل کیفیت بسیار بالای امکانات و محیط آموزشی است، باعث شده بسیاری آرزوی تحصیل در این دانشگاه را داشته باشند. نمی‌دانم آیا شما هم چنین آرزویی دارید یا نه، ولی یقین دارم علاقمند هستید که بدانید کلاس‌های این دانشگاه چگونه هستند و چه مطالبی در آن آموزش داده می‌شود.

چند سال پیش این دانشگاه در اقدامی ابتکاری و با هدف شکستن انحصار علم فیلم‌هایی از کلاس‌های درســی دانشگاه را به صورت رایگان در اینترنت قرار داد. این پروژه OCW (Open Course ware) نام دارد و روز به روز در

حال گسترش و تکمیل است. محتویات اصلی این سایت فیلم‌ها، جزوه‌ها، تمرین‌ها و دیگر اطلاعات مربوط به واحدهای درسی ارائه شده در دانشگاه هستند. اگر از درسی فیلم وجود داشته باشد، این فیلم به صورت کامل است. یعنی از کل کلاس در طول نیمسال تحصیلی فیلم‌برداری شده و برای تماشا و یا دریافت در اینترنت قرار گرفته است.

اکنون نگاهی می‌اندازیم به بخش‌هایی از این سایت. پس آدرس ocw.mit.edu را در برنامه مرورگرتان وارد کنید تا صفحه‌ی اصلی سایت همانند تصویر ۸۹ باز شود.

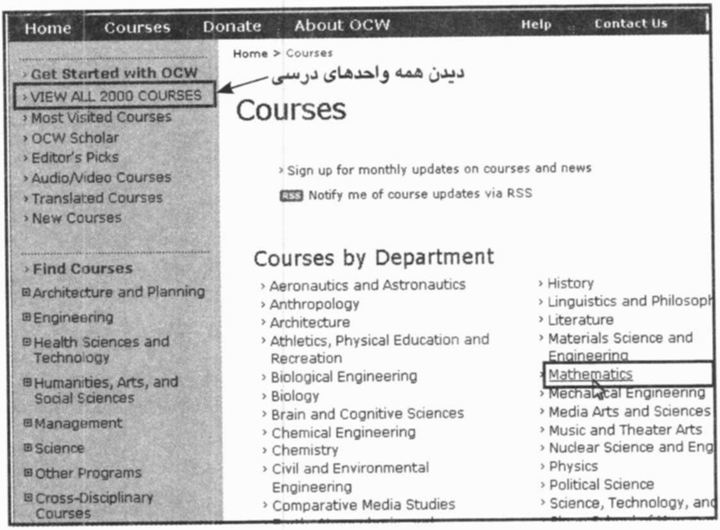


تصویر ۸۹

شعاری که در صفحه‌ی اول به چشم می‌خورد این است:

برداشتن قفل‌های دانش و آگاهی، توانا کردن ذهن‌ها

در حال حاضر حدود ۲۰۰۰ واحد درسی در این سایت وجود دارد که با کلیک روی پیوند VIEW ALL... فهرست دسته‌بندی شده‌ای همانند تصویر ۹۰ به نمایش در می‌آید.



تصویر ۹۰

در این فهرســت نام رشته‌های گوناگونی دیده می‌شود. برای مثال روی Mathematics کلیک می‌کنم تا فهرست واحدها و داده‌هایی که در ارتباط با آن‌ها وجود دارد در جدولی که در تصویر ۹۱ آمده‌است نمایش داده شود.

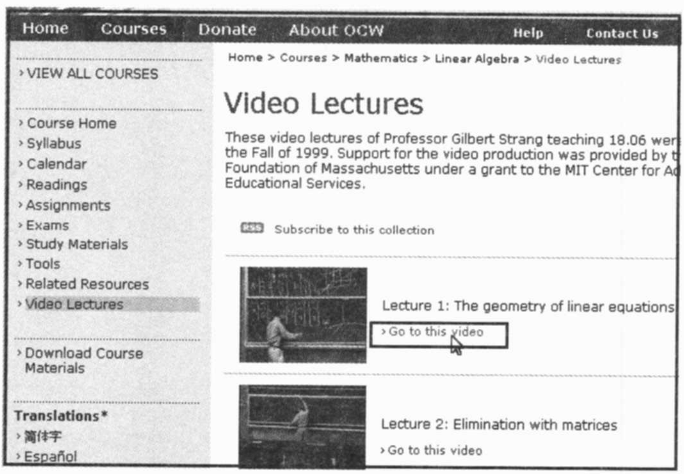


تصویر ۹۱

در این جدول نام واحد درسی و تاریخ آن دیده می‌شود. در سمت چپ هر واحد علامت‌هایی قرار دارد که نشـــان می‌دهد چه مواردی درباره‌ی آن واحد در دسترس است. در جدول زیر این علامت‌ها معرفی شده‌اند.

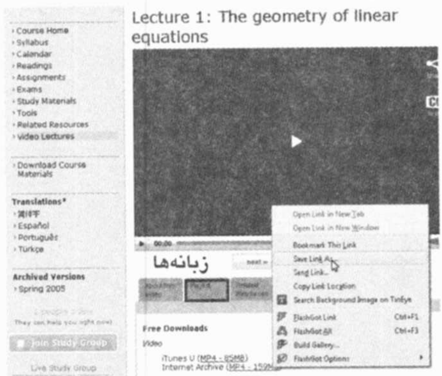
گالری تصاویر	پروژه‌ها و مثال‌ها	جزوه کلاسی
محتوای چند رسانه‌ای	پروژه‌ها (بدون مثال)	گزیده‌ای از جزوه کلاسی
واحد درسی ویژه	آزمون‌ها و پاسخ	تکالیف و پاسخ
گروه مطالعاتی	آزمون‌ها بدون پاسخ	تکالیف بدون پاسخ
		کتاب مرجع آنلاین

برای مثال در کنار واحد درســـی جبر خطـــی (Linear Algebra) روی دکمه‌ی کلیک می‌کنم تا صفحه‌ی تصویر ۹۲ باز شود.



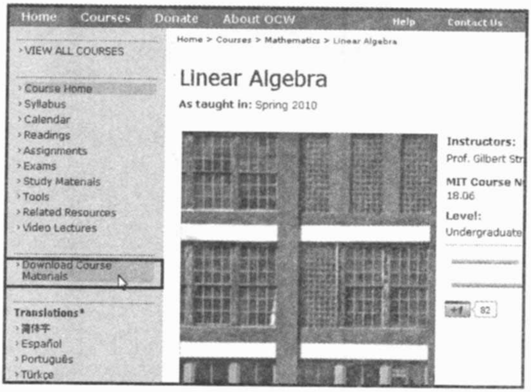
تصویر ۹۲

در این صفحه فهرست جلسات کلاس و عنوان بحث هر جلسه نوشته شده است. روی دکمه Go to this video مربوط به جلسه اول کلیک می‌کنم تا صفحه نمایش فیلم همانند تصویر ۹۳ باز شود. با کلیک روی نمایش فیلم شروع می‌شـــود. اما اگر بخواهیم فیلم را روی رایانه خود ذخیره کنیم (دانلود) باید زبانه Download this video را فعال کرده و سپس روی پیوند مربوط به فایل فیلم کلید راســـت را فشـــرده و Save Link (یا Save target) را انتخاب کنیم.



تصویر ۹۳

افزون بر دیدن فیلم اگر در تصویر ۹۱ روی خود عنوان واحد درسی یعنی Linear Algebra کلیک کنیم، صفحه‌ی درس همانند تصویر ۹۴ باز می‌شود. همان‌گونه که علامت‌های جدول تصویر نشان می‌داد اطلاعاتی مانند تمرین‌ها و پاسخشان و نمونه پرسش‌های امتحانی این درس نیز در دسترس است. اگر در این صفحه روی گزینه‌ی Download Course Materials که در ســـمت چپ صفحه است کلیک کنیم، صفحه‌ی دیگری باز می‌شود که در آن می‌توانیم تمامی این موارد را – البته به جز فیلم‌ها- به صورت یک‌جا و در قالب یک فایل فشرده (zip) دریافت کنیم.



تصویر ۹٤

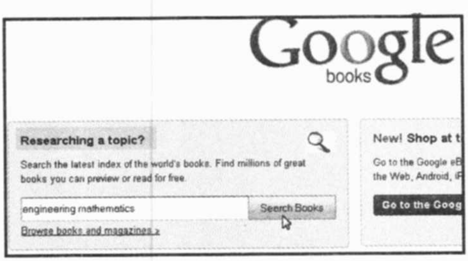
پیشــنهاد می‌کنم فیلم‌های درسی این ســایت را حتماً ببینید. درس‌ها به زبان انگلیسی گفته می‌شــوند اما از زبان ساده‌ای در صحبت کردن استفاده می‌شــود. برخی فکر می‌کنند که در دانشگاه‌های ســطح بالا مفاهیم بسیار سخت و پیچیده‌ای درس داده می‌شود. به دلیل چنین ذهنیت‌ها و نگرش‌های نادرســت (به نظر من البته) گاهی شیوه‌های آموزشی نادرستی نیز تدوین و اجرا می‌شــود. برای مثال گاهی دیده می‌شــود که برنامه‌های آموزشی برای دانش‌آموزان تیز هوش و نخبه به این روال اســت که به دانش‌آموزان مقطع راهنمایی دروس دبیرســتان و به دبیرســتانی‌ها دروس دانشگاهی تدریس می‌شــود. در حالی که اگر فیلم‌های کلاس‌های بهترین دانشگاه دنیا را نگاه کنید می‌بینید که پروفسوری که در دانشگاه درس می‌دهد در برخی درس‌های پایه درس‌های دبیرستانی ما را بیان می‌کند اما با روشی مبتنی بر فهم و درک عمیق موضوع.

جستجو در کتاب‌ها

برای یافتن اطلاعات درباره کتاب‌های مختلف و از جمله کتاب‌های تخصصی راه‌های گوناگونی وجود دارد. برای مثال سایت Amazon.com دارای یکی از بزرگترین کتاب‌فروشـــی‌های اینترنتی دنیاست. با جستجو در این سایت کتاب‌های گوناگونی که در زمینه ی موردنظر وجود دارد نشان داده می‌شود علاوه بر اینکه نظرات افراد مختلفی که از کتاب استفاده کرده‌اند نیز در آنجا درج شده اســـت. برای فراگیری روش اســـتفاده از این سایت می‌توانید به کتاب «قدم به قدم با برترین نمونه تجارت الکترونیک» که توسط انتشارات کلید آموزش چاپ شده است مراجعه کنید.

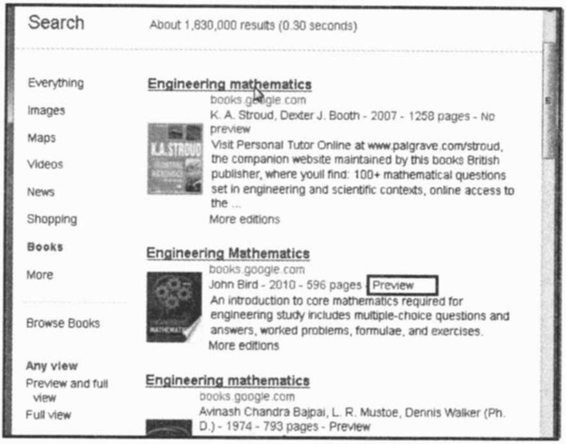
اما در ســـایت گـــوگل نیز بخش جالب توجه و منحصـــر به‌فردی برای جستجو در کتاب‌های علمی وجود دارد.

با وارد کردن آدرس books.google.com به صفحه مربوط به جستجوی کتاب‌ها (تصویر ۹۵) وارد می‌شویم.



تصویر ۹۵

در نـــوار خالی بایـــد کلمه کلیدی که می‌خواهیم در محتـــوا و یا عنوان کتاب‌ها جستجو شود را وارد کنیم. نکته‌ی جالب توجه در گوگل این است که در اینجا محتوای کتاب‌ها نیز قابل جســـتجو اســـت. برای مثال به دنبال



تصویر ۹۶

کتاب‌هایی در زمینه ریاضیات مهندسی می‌گردم. با استفاده از کلمه‌ی کلیدی engineering mathematics جســتجو را انجــام می‌دهم تا نتایج همانند تصویر ۹۶ نشان داده شوند:

بــه دلیل وجود قانون حق کپی، روش دیدن کتاب‌ها متفاوت اســت. در جلوی عنوان برخی کتاب‌ها کلمه Preview نوشــته شده که می‌توان همه یا بخشی از کتاب‌ها را دید. اما اگر این کلمه درج نشده باشد یعنی فقط می‌توان اطلاعاتی درباره‌ی کتاب را دید و نه متن آن را. در تصویر ۹۷ نمایی از کتابی که به عنوان دومین نتیجه گزارش شده بود را می‌بینیم.



تصویر ۹۷

با استفاده از کلیدهای نشان داده شده نیز می‌توان به شماره صفحه دلخواه رفت. با کلیک روی Contents فهرست عناوین کتاب نشان داده می‌شود.

پایان

خب دیگر به پایان کتاب رسـیدیم و اکنون می‌توانید به خوبی به دانش و توانایـی خود در زمینه پیدا کردن مطالب در اینترنت تکیه و اعتماد داشـته باشید. کلید اصلی موفقیت خواستن و تمرین کردن است. درهای اطلاعات و توانایی به دست خودتان به روی‌تان باز می‌شود.

صفحات زرد (Yellow Pages)

کاربردی

www.kelid.ir

کلیه اطلاعات راجع به مجموعه کتاب‌های کلید در این سایت قرار دارد. همچنین می‌توانید پرسش‌های خود را برای مدیر انتشارات و یا نویسندگان بفرستید. در وبلاگ آن نیز خواندنی‌های جالبی خواهید دید.

www.Linkestan.com

www.softpedia.com

www.download.com

دریافت مجانی برنامه‌های مختلف از اینترنت و اخبار و اطلاعاتی درباره آنها

علمی ـ اجتماعی ـ فرهنگی ـ ادبی

www.ketabehafteh.ir/

اطلاعاتی درباره‌ی کتاب‌های جدیدی که هر هفته چاپ می‌شود و بررسی آنها

masnawi.persiangig.com/

شرح و بررسی داستان‌های مثنوی مولانا

www..lohemosbat.ir/

کتاب‌های صوتی این روزها طرفداران زیادی پیدا کرده‌اند. اگر وقتتان برای کتاب خواندن کم است می‌توانید دیسک صوتی یک کتاب را در ماسین خود گوش کرده و از آن لذت ببرید. در این سایت کتاب‌های صوتی که توسط انتشارات توسعه آموزش تولید شده‌اند معرفی شده است.

www.wiki10.net

ده گام اول در آموزش هر موضوعی. در این سایت می‌توانید درس‌های آموزشـــی جالبی را برای فراگیـــری نرم‌افزارهای گوناگون مطالعه کنید و به سرعت قدم‌های آشنایی ابتدایی‌تان با نرم‌افزار مورد نظر را بردارید. درس‌های این سایت مرتب به‌روز می‌شوند و سایت در حال توسعه است.

www.iiees.ac.ir

این سایت متعلق به پژوهشکده زلزله ایران می باشد که متخصصین مختلف به فعالیت‌های علمی در آن مشغول هستند.اخبار مقالات علمی دستاوردهای و سایت‌های علمی مرتبط از جمله اطلاعات موجود در این سایت هستند.

www.howstuffworks.com

اگر می‌خواهید بدانید که یک دستگاه. مکانیسم، فرآیند یا هر چیز دیگری چگونه کار می‌کند، قطعاً در این سایت اطلاعات بسیار جالبی خواهید یافت.

www.itiran.com

آخرین اخبار و اطلاعات و مقالات درباره فناوری اطلاعات در ایران. در این سایت هم برای متخصصان و هم برای عموم اطلاعات جالبی پیدا می‌شود.

www.ravanyar.com

در این سایت مباحث مختلف روانشناسی به خصوص درباره اعتماد به نفس و رفع اضطراب در اختیار شـــما قرار می‌گیرد. همچنین امکان ارتباط با مشـــاور نیز در آن قرار دارد. برای ارزیابی خود می‌توانید از تســـت‌های الکترونیکی آن بهره‌مند شوید.

www.iranhealers.com

www.homeopathicwonders.com

خبری ـ هنری ـ سرگرمی

www.persianblog.com

www.blogfa.com

برای خواندن وبلاگ‌های فارسی، دیدن به روزترین آنها، جستجوی موضوعی و یا ساختن یک وبلاگ شخصی برای خود به این سایت‌ها مراجعه کنید.

www.lakecards.com

مجموعه‌ای بسیار زیبا از کارت پستال‌های متحرک

www.absolutelyric.com

در این سایت متن ترانه‌های خواننده‌های مختلف در سراسر دنیا یافت می‌شود.

زبان انگلیسی

www.acronymfinder.com

در زبان انگلیسی کلمات اختصاری فراوانی وجود دارد که در واقع از کنار هم قرار دادن حروف اول کلمات یک عبارت درست شده‌اند. اگر می‌خواهید بدانید که یک کلمه اختصاری مخفف چه کلماتی است به این سایت مراجعه کرده و آن کلمه را وارد کنید.

www.quoteland.com

در این سایت مجموعه گسترده‌ای از جملات قصار در زمینه‌های مختلف همچون رویا. زندگی. خوشبختی، عشق، دوستان و ... گردآوری شده است. همچنین امکان جستجوی موضوعی در بین آنها وجود دارد.

از این نویسنده و مجموعه

کلید



منتشر شده است



سخنی با خوانندگان

روزی کــه تألیف و نگارش مجموعه کتاب‌های **کلید** را آغــاز کردیم، انتظار موفقیت مجموعه را داشتیم؛ زیرا برای خود اهداف بزرگی ترسیم کرده بودیم. ولی مجموعه **کلید** و موفقیتش از اهداف ما هم بزرگتر بود. اگر احیاناً یکی از اولین کتاب‌های **کلید** را در دست داشته باشید، می‌بینید که هدف اولیه ما تولید ۴۰ جلد کتاب در زمینه آموزش کامپیوتر بود. می‌خواستیم وقتی به این هدف رسیدیم، تصمیم بگیریم که آیا کارمان را ادامه دهیم یا خیر. اما روزی که این هدف محقق شد، مجموعه با چنان سرعتی در حرکت بود و تقاضای شما دوستان برای کتاب‌های جدید چنان هیجانی در ما ایجاد کرده بود که حتی لحظه‌ای درنگ نکردیم و تولید کتاب‌های جدید را ادامه دادیم. تاکنون موفقیت ما بسیار بیش از آنی بوده که در اهداف اولیه برای خود ترسیم کرده بودیم. ولی واقعیت این است که هیچ راهی به آســانی طی نمی‌شــود. مجموعه **کلید** نیز سختی و فراز و نشیب‌های بسیار را طی کرده تا به اینجا رسیده است. همانطور که در ابتدای راه، ما با اتکا به نظرسنجی از کتابخوان‌ها کارمان را شروع کردیم، در ادامه نیز قصد داریم به همین شیوه ادامه دهیم و این امر بدون کمک شما دوستان میسر نمی‌شود. در این راســتا دو خواهش از شــما داریم. چکیده این دو خواهش این است: خوبی‌های ما را به دیگران بگویید و بدی‌هایمان را به خودمان.

۱. لطفاً نظر خود را برای ادامه کار برایمان بنویسید. بگویید تا اینجای کار کتاب‌های **کلید** چه ضعف‌ها و نارسایی‌هایی داشته‌اند. آیا مشکلی در متن، روش آموزشی، حجم کتاب‌ها، قیمت و... می‌بینید؟ هر ضعفی را مشاهده می‌کنید و هر پیشنهادی برای بهبود کتاب‌های **کلید** دارید برایمان بنویسید. یک برگه پست جواب قبول در انتهای کتاب برایتان در نظر گرفته شده. لطفاً آن را جدا کنید و پس از تکمیل برایمان ارسال کنید. اگر برگه به اندازه کافی جا ندارد، می‌توانید برگه‌های دیگری به آن ضمیمه کنید. نیازی به چسباندن تمبر نیست. فقط کافی است برگه را به صندوق پست بیندازید.

۲. همانطور که می‌بینید قیمت کتاب‌های **کلید** نسبت به کتاب‌های موجود در بازار مناسب و معقول اســت. ما سعی می‌کنیم در تولید کتاب حداقل ســود را برای انتشارات در نظر بگیریم تا بتوانیم کتاب‌ها را ارزان به دست شما برسانیم. ولی این کار باعث شده که سود کم کتاب‌ها، عملا توانایی تبلیغات را از ما سلب کند. از آنجا که از ابتدای کار بهترین مبلغین کتاب‌های **کلید** خوانندگان آنها بوده‌اند، اکنون هم از شما می‌خواهیم که پس از مطالعه کتاب، اگر آن را مفید یافتید، به دوستان و آشنایان توصیه کنید کتاب‌های **کلید** را تهیه و مطالعه کنند. اگر واقعاً کتاب **کلید** را مفید می‌دانید این توصیه هم به نفع دوست شماست و هم به ما در ادامه راهمان کمک می‌کند.

از شما به دلیل همکاری و همفکریتان تشکر می‌کنیم و سعی داریم با تهیه کتاب‌هایی هر چه بهتر، لطفتان را جبران کنیم.

موفق و پیروز باشید.



از مجموعه کتابهای کاربردی
کلید
منتشر شده است
کلید یاهو مسنجر
کلید جاوا
کلید پارتیشن بندی
کلید دوربین دیجیتال
کلید وبلاگ
کلید رتوش عکس
کلید برنامه‌نویسی VISUAL C#
کلید کلیدهای میانبر
کلید تایپ ده انگشتی
کلید Dreamweaver
کلید ویژوال بیسیک
کلید واژگان کامپیوتر Computer Words
کلید انیمیشن
کلید Chat
کلید حسابداری در EXCEL
کلید سخت افزار
کلید جستجو در اینترنت
کلید EXCEL برای مهندسان عمران
کلید تبدیل فرمت
کلید برنامه‌نویسی در MATLAB
کلید DELPHI
کلید CATIA
کلید DVD
کلید تدوین فیلم
کلید E-mail
کلید نرم افزارهای گرافیکی
کلید ترفندهای WORD
کلید طراحی کارت ویزیت با فتوشاپ
کلید بازیابی اطلاعات
کلید AUTOCAD
کلید PDF
کلید پابلیشر
Start Now!
www.keiid.ir



کلید LINUX
کلید طراحی سایت
کلید SolidWorks
کلید کامپیوتر مجازی
کلید ETABS
کلید Windows7
کلید MATLAB
کلید 3D MAX
Microsoft Windows
قدم صفر کامپیوتر
کلید نصب درایورها
کلید ACCESS
کلید طراحی و معماری ساختمان ARCHICAD
کلید EXCEL
کلید SolidWorks
کلید ترفندهای ویندوز
کلید نصب نرم افزار
کلید 3D MAX
کلید DOWNLOAD
کلید فشرده سازی
کلید FLASH
کلید کورل دراو
کلید 3D MAX
کلید نصب ویندوز
کلید فتوشاپ
کلید WORD
کلید رفع اشکال
Troubleshooting
کلید AUTOCAD
کلید نوت بوک
کلید شبکه
کلید رجیستری
کلید FLASH
کلید میکس و مونتاژ فیلم
کلید اینترنت
کلید توابع و فرمول ها در EXCEL
کلید PowerPoint
کلید جدول، نمودار و ابزار گرافیکی EXCEL
Start Now!
www.keild.ir

راهنمای خرید اینترنتی کتاب‌های کلید



تصویر ۱

شـــما به راحتی می‌توانید بقیه‌ی کتاب‌های کلیـــد را از طریـــق مراجعـــه بـــه ســـایت www.kelidshop.ir خریـــداری کنیـــد.

در ســـایت کلید شـــاپ همـــه‌ی کتاب‌های انتشارات کلید آموزش به صورت دسته‌بندی شده وجود دارد. (تصویر شماره ۱)

بعد از انتخاب کتاب مورد علاقه خود، روی دکمه‌ی ســـبد خرید در زیر کتاب مورد نظر کلیک کنید. با این کار کتاب وارد سبد خرید شما می‌شود.



تصویر ۲

در ستون ســـمت راست سایت اســـامی کتاب‌هایی که انتخاب کرده‌اید، نمایان خواهد شد که می‌توانید تعداد کتاب‌ها را نیز در این قسمت کم و زیاد کنید. (تصویر شماره۲)

ســـپس روی دکمـــه **تکمیـــل خریـــد** کلیک کنید تـــا صفحه مشخصات نمایان شود. (تصویر شماره۳)

در ایـــن صفحـــه، اطلاعات خـــود را وارد کنیـــد و روی دکمه‌ی **ارسال** کلیک کنید. (لطفاً مشخصات و آدرس را با حروف فارسی بنویسید) در مرحله‌ی پایانی باید نوع پرداخت را انتخاب کنید. (تصویر شماره ۴)



تصویر۳



تصویر ۴

شما می‌توانید از راه‌های زیر، هزینه‌ی کتاب‌هارا پرداخت کنید:

۱- پرداخت از طریق کارت‌های بانکی:

در صورت داشـــتن کارت‌های عضو شـــتاب (ملی، ملت، سامان، صادرات و ...) می‌توانید از این گزینه اســـتفاده کنید و هزینه‌ی کتاب‌ها را به صورت اینترنتی پرداخت نمایید. در این‌صورت نیازی به مراجعه‌ی حضوری به بانک ندارید. برای این کار باید رمز دوم کارت خود را بدانید. رمز دوم کارت را می‌توانید با استفاده از دستگاه‌های خودپرداز بانک‌ها دریافت کنید.

۲- پرداخت با فیش بانکی:

با استفاده از این گزینه، می‌توانید هزینه‌ی کتاب‌های مورد نظر خود را به حساب انتشارات، توسط بانک یا دستگاه خودپرداز واریز کنید و با شماره‌ی ارجاع یا شماره فیش خود، خریدتان را انجام دهید. در این قسمت فرمی هست که شما مشخصات خود و همچنین شماره‌ی ارجاع فیش را وارد می‌کنید. پس از بررسی حساب بانکی کتاب‌ها را با پست برایتان ارسال خواهیم کرد.

۳- پرداخت در محل:

اگر در تهران هســـتید می‌توانید از این گزینه اســـتفاده کنید و کتاب‌های خود را توسط پیک موتوری، درب منزل دریافت کنید و هزینه آن را به پیک تحویل دهید.

اگر قبلاً ثبت نام کرده‌اید و عضو کلید شاپ هستید، قبل از خرید وارد سایت شوید تا دیگر از وارد کردن آدرس و مشخصات بی‌نیاز باشید.

برای دریافت اطلاعات و راهنمایی بیشتر و مطرح کردن سؤالات خود، می‌توانید به سـایت www.kelidshop.ir مراجعه کنید و در قسـمت بالای سـایت، روی دکمه‌ی راهنمای خرید، کلیک کنید.

مجموعه کتابهای کلید

با تکمیل فرم زیر و ارسال برای ما:

۱ـ در قرعه‌کشی ماهیانه «**کلید**» شرکت کنید و شانس خود را برای دریافت هدایای ویژه «**کلید**» امتحان کنید.

۲- از جدیدترین عناوین منتشر شده «**کلید**» مطلع شوید.

مهم‌تر از همه:

«با ما همکاری کنید تا کتابهای بهتری منتشر کنیم.»

نیازی به الصاق تمبر نیست

۸۸۶

انتشارات کلید آموزش

توسعه‌آموزش

«پست جواب قبول»

طی قرارداد شماره ۷۸ - ۱۳۱۸۴ هزینه پستی پرداخت شده است

طرف قرارداد: انتشارات توسعه آموزش

شماره صندوق پستی: ۱۱۷۳ - ۱۳۱۴۵

نام و نام خانوادگی:

آدرس و تلفن: ....

....

میزان تحصیلات و رشته تحصیلی:

شغل: ایمیل: سن:

موبایل:

(آیا با ارسال اخبار کتاب‌های «**کلید**» به صورت SMS به موبایلتان موافق هستید؟)

ـ کدام عناوین از مجموعه «**کلید**» را تاکنون مطالعه کرده‌اید؟

- از چه طریق با این مجموعه آشنا شده‌اید؟

معرفی دوستان☐ آگهی در سایت‌های اینترنتی☐ خرید در کتابفروشی‌ها☐

نام کتابفروشی.......................... خرید در نمایشگاه‌ها☐ نام نمایشگاه ....

آگهی نشریات ☐ کیوسک مطبوعاتی☐ هدیه☐ سایر موارد(لطفاً ذکر کنید)

....

آموزش چه نرم‌افزاری را برای چاپ در این مجموعه پیشنهاد می‌کنید؟

....

....

- به نظر شما مهم‌ترین مزیت کتاب‌های «**کلید**» چیست؟

....

....

- به نظر شما مهم‌ترین اشکال کتاب‌های «**کلید**» چیست؟

....

....

....

پیشنهادات و انتقادات خود را با ما در میان بگذارید: ....

....

....

....

....

....

....

....

....

....